

# URGENSI LAYANAN QUICK RESPONSE GUNA MENGATASI KOMPLAIN PELANGGAN DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA PT. JNE EXPRESS CABANG GUNUNGSITOLI

*by Sabari Lase*

---

**Submission date:** 25-Sep-2023 03:06AM (UTC-0400)

**Submission ID:** 2176199303

**File name:** SABARI\_LASE.docx (230.15K)

**Word count:** 14214

**Character count:** 93866

**URGENSI LAYANAN *QUICK RESPONSE* GUNA MENGATASI  
KOMPLAIN PELANGGAN DALAM MENINGKATKAN  
KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA  
PT. JNE EXPRESS CABANG  
GUNUNGSITOLI**

**SKRIPSI**



Oleh:

**SABARI LASE**  
NIM. 2319432

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NIAS  
2023**

10  
**BAB I**  
**PENDAHULUAN**

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan jasa pelayanan pengiriman dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat luas. Ketatnya persaingan dan semakin banyaknya perusahaan jasa pengiriman yang bermunculan pada saat ini membuat pihak pemilik atau pengelola harus dapat menciptakan strategi agar mampu bersaing dan lebih unggul dibanding para pesaingnya. Persaingan usaha dalam hal ini dapat diartikan sebagai usaha yang dilakukan oleh perusahaan guna mendapatkan dan mempertahankan pelanggan. Perusahaan dituntut bekerja keras dengan menggunakan berbagai sumber daya yang dimiliki untuk dapat diterima pasar dan menjaga kepercayaan pelanggan yang telah ada serta berusaha menarik minat pelanggan potensial baru agar pelanggan tidak meninggalkan pelaku usaha tersebut.

Banyaknya perusahaan penyedia jasa pengiriman barang (ekspedisi), membuat para pelaku usaha tersebut semakin berlomba-lomba memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggannya. Perusahaan yang sudah lama berdiri dan memiliki pelanggan seharusnya menjaga asetnya serta melakukan inovasi agar para pelanggan tidak berpindah ke perusahaan yang lain.

Jika hal ini telah terpenuhi, pesaing akan sangat sulit untuk menyaingi atau merebut pelanggan tersebut. Perusahaan berkewajiban memberikan pelayanan yang berkualitas dan memuaskan agar pelanggan tidak berkurang atau bahkan hilang disebabkan oleh pelayanan yang tidak memuaskan. Salah satu pelayanan yang diberikan oleh PT. JNE adalah aplikasi yang bisa diakses di *smartphone* atas keluhan atau komplain konsumen.

Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin marak membuat banyak perusahaan berlomba-lomba menyediakan berbagai macam pilihan maupun yang ditawarkan untuk pelanggan. Oleh karena itu masyarakat menjadi semakin selektif untuk memenuhi kebutuhan. Tujuan pemenuhan kebutuhan maupun keinginan adalah tercapainya tingkat kepercayaan setinggi

mungkin. Kepercayaan konsumen menjadi faktor penting dalam sebuah bisnis untuk meraih sukses. Lebih penting lagi adalah bahwa kepercayaan pelanggan menjadi dasar bagi bisnis tersebut untuk tetap bertahan dan terus berkembang.

Kepercayaan konsumen sangat berkaitan dengan kualitas pelayanan. Sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap pelanggan agar pelanggan merasa mempunyai nilai lebih dari yang diharapkan. Bicara tentang pelayanan masyarakat tentunya harus dimulai dari hal-hal yang kecil yang terkesan sepele hingga hal-hal besar yang sangat terikat dengan banyak orang. Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu situasi dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan terpenuhi melalui produk yang digunakan. Kepercayaan pelanggan dapat berubah selama periode waktu, itu adalah proses yang dinamis persepsi individu tentang produk atau pelayanan kinerja untuk kepuasan pelanggan.

Pentingnya peningkatan kepercayaan pelanggan juga berlaku pada jasa pengiriman. Perkembangan jasa pengiriman berakibat bertambahnya perusahaan-perusahaan baru yang masuk ke dalam bisnis jasa. Salah satu perusahaan yang bergerak dalam jasa pengiriman ini adalah PT. JNE Cabang Gunungsitoli yang merupakan perusahaan jasa pengiriman barang dan logistik yang tersebar luas di Indonesia yang melayani pengiriman dalam bentuk paket, dokumen, kendaraan dan lain sebagainya. Banyak perusahaan-perusahaan jasa pengiriman yang memberikan nilai dan kepuasan melalui jasa yang berkualitas dan harga yang bersaing. Memberikan kepuasan kepada konsumen adalah faktor penting, dimana konsumen semakin bersifat kritis dalam memilih perusahaan jasa pengiriman mana yang akan digunakan.

PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli sebagai salah satu perusahaan jasa pengiriman barang dan logistik di Indonesia harus mampu memberikan dan menyediakan pelayanan sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan diharapkan oleh pelanggan, sehingga mampu menghadapi persaingan dengan perusahaan lainnya.

Layanan PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli tentunya tidak bisa dilepaskan dari masalah-masalah selama proses pelayanan itu. Risiko terjadinya kegagalan layanan atau yang juga disebut sebagai *service failure* akan semakin tinggi bila kompleksitas pemberian layanan semakin tinggi. Kegagalan layanan yang dimaksud adalah kemacetan, keterlambatan, serta gangguan pada saat menyampaikan jasa. Masalah-masalah yang terjadi di dalam perusahaan jasa umumnya disebabkan oleh tiga sumber utama, yaitu masalah yang disebabkan oleh perusahaan itu sendiri, masalah dilakukan oleh karyawan dan sisanya disebabkan oleh pelanggan.

Dengan semakin tingginya transaksi belanja secara *online* yang dilakukan oleh masyarakat Kepulauan Nias secara khusus di Kota Gunungsitoli, maka dengan sendirinya pengguna jasa pengiriman barang PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli turut meningkat. Peningkatan penggunaan jasa pengiriman barang tak bias dihindari dari berbagai keluhan dari konsumen atas pelayanan-pelayanan yang diberikan oleh pihak PT. JNE Cabang Gunungsitoli.

Dari pengamatan yang telah dilakukan oleh peneliti, ditemukan bahwa keluhan atau komplain konsumen bervariasi, mulai dari keterlambatan pengantaran barang, barang rusak diperjalanan, kurir malas menghubungi konsumen jika tidak ketemu pada saat barang diantar di alamat dan juga etika komunikasi kurir ketika konsumen menyampaikan keluhan.

Oleh karena itu, PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli perlu membuat sistem komplain (*service recovery*) yang baik agar bisa menangani keluhan atau komplain dari pelanggan dengan sistem respon cepat (*quick response*). Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan. Pihak PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli perlu melakukan monitoring dan evaluasi berjenjang untuk mengetahui seberapa tuntas suatu masalah atau kegagalan layanan dapat ditangani sehingga bisa menciptakan kepercayaan dan kepuasan bagi pelanggan.

Dari uraian tersebut di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian secara ilmiah, dengan mengangkat judul: **“Urgensi Layanan Quick Response Guna Mengatasi Komplain Pelanggan Dalam**

## **Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Pada PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli”.**

### **1.2 Fokus Penelitian**

Menurut Patton (2015: 58), fokus penelitian adalah "tema atau area spesifik yang dijelajahi secara mendalam dalam sebuah penelitian untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang fenomena yang sedang dipelajari".

Fokus penelitian mencakup pemilihan topik atau masalah tertentu yang menjadi pusat perhatian dalam sebuah penelitian. Fokus penelitian harus jelas, terdefinisi dengan baik, dan memandu arah dan batasan penelitian. Hal ini membantu peneliti dalam mengarahkan upaya penelitian, membatasi ruang lingkup, dan menghasilkan temuan yang relevan dan signifikan.

Maka dalam penelitian ini hanya akan membahas tentang Urgensi Layanan *Quick Response* Guna Mengatasi Komplain Pelanggan Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Pada PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Masalah dapat diartikan sebagai suatu kesenjangan atau perbedaan antara hasil yang diinginkan dengan kenyataan yang diperoleh. Dengan mengetahui permasalahan, maka tindakan yang diambil tepat dan tidak menyimpang dari persoalan yang terjadi.

Dari uraian latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana layanan *quick response* guna mengatasi komplain pelanggan dalam meningkatkan kepercayaan konsumen pada PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli.
2. Bagaimana pola layanan *quick response* guna mengatasi komplain pelanggan dalam meningkatkan kepercayaan konsumen pada PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli.
3. Apa kendala layanan *quick response* guna mengatasi komplain pelanggan

dalam meningkatkan kepercayaan konsumen pada PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari pada pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui urgensi layanan *quick response* guna mengatasi komplain pelanggan dalam meningkatkan kepercayaan konsumen pada PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli.
2. Untuk mengetahui bentuk Layanan *quick response* guna mengatasi komplain pelanggan dalam meningkatkan kepercayaan konsumen pada PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli.
3. Untuk mengetahui pola penanganan komplain pelanggan dalam meningkatkan kepercayaan konsumen pada PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli.

#### **1.5 Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan kegunaan yang baik kepada peneliti, lembaga maupun kepada lokasi penelitian dengan uraian sebagai berikut:

##### 1. Bagi Peneliti

Sebagai salah persyaratan untuk menyelesaikan studi pada jenjang Strata Satu pada Fakultas Ekonomi Universitas Nias.

##### 2. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Nias

Sebagai bahan kajian dalam mengembangkan ilmu tentang layanan *quick response*, komplain pelanggan dan kepercayaan konsumen.

##### 3. Bagi Objek Penelitian

Sebagai masukan sekaligus bahan evaluasi dalam menerapkan layanan *quick response*, komplain pelanggan dan kepercayaan konsumen.

##### 4. Bagi Peneliti Lanjutan

Sebagai bahan referensi bagi peneliti lanjutan yang berkeinginan mengembangkan kajian tentang layanan *quick response*, komplain pelanggan dan kepercayaan konsumen.



## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Layanan *Quick Response*

#### 2.1.1 Pengertian *Quick Response*

*Quick Response Code* atau yang biasa disebut dengan QR Code merupakan sebuah barcode dua dimensi yang diperkenalkan oleh Perusahaan Jepang Denso Wave pada tahun 1994. Jenis barcode ini awalnya digunakan untuk pendataan inventaris produksi suku cadang kendaraan dan sekarang sudah digunakan dalam berbagai bidang layanan bisnis dan jasa untuk aktivitas marketing dan promosi. Pada dasarnya bahwa QR Code dikembangkan sebagai suatu kode yang memungkinkan isinya untuk dapat diterjemahkan dengan kecepatan tinggi (Rouillard, 2018: 50).

Keunggulan dari QR Code adalah mampu menyimpan informasi secara horizontal dan vertikal. Oleh karena itu, QR Code dapat menampung informasi yang lebih banyak dibandingkan dengan barcode satu dimensi. Saat ini, untuk penggunaan QR Code telah banyak diimplementasikan.

Menurut Ramlall (2019: 97), *Quick Response* adalah kemampuan organisasi untuk merespons dengan cepat dan efektif terhadap perubahan lingkungan eksternal atau permintaan pelanggan. Hal ini melibatkan kecepatan dalam mengidentifikasi perubahan, mengambil tindakan yang diperlukan, dan memberikan solusi yang tepat waktu.

Menurut Wanke et al., (2018: 137), *Quick Response* adalah kemampuan suatu sistem atau organisasi untuk mengurangi waktu respon terhadap permintaan pelanggan, termasuk dalam hal pengadaan, produksi, distribusi, dan pelayanan. Tujuannya adalah memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih cepat, efisien, dan akurat.

Menurut Simatupang dan Sridharan (2019: 39), *Quick Response* adalah pendekatan atau strategi yang digunakan dalam rantai pasok untuk meningkatkan responsivitas terhadap permintaan pelanggan dengan

mengurangi waktu siklus, waktu pengisian ulang, dan waktu pengiriman. Ini melibatkan kolaborasi erat antara semua pihak yang terlibat dalam rantai pasok, termasuk pemasok, produsen, distributor, dan pengecer.

Menurut Gunasekaran et al. (2020: 59), *Quick Response* adalah filosofi manajemen yang bertujuan untuk merespons dengan cepat terhadap perubahan pasar dan permintaan pelanggan. Ini melibatkan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi yang canggih, analisis data *real-time*, serta pengambilan keputusan yang cepat dan tepat guna mencapai keunggulan kompetitif.

Secara umum, *quick response* mengacu pada kemampuan suatu organisasi atau sistem untuk merespons dengan cepat terhadap perubahan, permintaan, atau tantangan yang muncul. Hal ini melibatkan penggunaan strategi, proses, dan teknologi yang efektif guna memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cepat, efisien, dan akurat.

### **2.1.2 Bentuk Layanan *Quick Response***

Menurut Simatupang dan Sridharan (2019: 95), ada beberapa bentuk layanan *quick response* dapat bervariasi tergantung pada konteks dan jenis organisasi yang terlibat. Berikut adalah beberapa bentuk layanan *quick response*, yaitu:

1. Respons Cepat terhadap Pertanyaan dan Komunikasi Pelanggan  
Layanan *quick response* melibatkan memberikan respons yang cepat terhadap pertanyaan, permintaan informasi, atau komunikasi yang diterima dari pelanggan. Ini bisa dilakukan melalui berbagai saluran komunikasi, seperti email, telepon, obrolan langsung, atau media sosial. Kecepatan dalam memberikan tanggapan dan solusi yang memadai adalah kunci dari layanan ini.
2. Penanganan Komplain dengan Segera  
Layanan *quick response* juga berfokus pada penanganan komplain pelanggan dengan segera. Organisasi harus memiliki proses yang efisien untuk menerima, mencatat, dan menyelesaikan komplain dengan cepat. Hal ini melibatkan pendekatan yang proaktif dan keterlibatan tim yang terlatih untuk memahami masalah pelanggan, mengambil tindakan perbaikan, dan memberikan solusi yang memuaskan.
3. Pengiriman Barang dan Layanan yang Cepat

Dalam konteks *e-commerce* atau bisnis ritel, *quick response* berarti mengoptimalkan proses pengiriman barang dan layanan kepada pelanggan. Ini melibatkan pemenuhan pesanan dengan cepat, pengiriman yang tepat waktu, serta memberikan informasi yang akurat tentang status pengiriman kepada pelanggan.

4. Peningkatan Proses Operasional yang Responsif

*Quick response* juga mencakup perbaikan proses operasional yang responsif dalam organisasi. Ini termasuk mengurangi waktu siklus produksi, mempercepat proses pengadaan dan persediaan, serta meningkatkan koordinasi dengan pemasok dan mitra bisnis untuk merespons perubahan permintaan dengan cepat.

5. Layanan Pelanggan 24/7

Dalam beberapa industri, *quick response* berarti menyediakan layanan pelanggan yang tersedia 24 jam sehari, 7 hari seminggu. Ini dapat berupa pusat panggilan atau dukungan teknis yang siap menerima panggilan atau permintaan bantuan kapan saja, sehingga pelanggan dapat mendapatkan respons dan bantuan sesuai kebutuhan mereka.

Bentuk layanan *quick response* akan berbeda-beda tergantung pada industri, ukuran organisasi, dan preferensi pelanggan. Yang penting adalah kesadaran akan urgensi respons yang cepat dan penerapan strategi dan proses yang sesuai untuk memastikan layanan yang responsif dan memuaskan bagi pelanggan.

### 2.1.3 Langkah-langkah Implementasi Layanan *Quick Response*

Menurut Wanke et al. (2018: 126), mengatakan bahwa ada beberapa langkah implementasi layanan *quick respons*, yaitu:

1. Pembentukan Tim *Respon* Komplain

Perusahaan perlu membentuk tim khusus yang bertanggung jawab atas penanganan komplain pelanggan. Tim ini harus terdiri dari individu yang terlatih dalam mengelola komplain pelanggan dan memiliki kewenangan untuk mengambil tindakan yang diperlukan untuk menangani komplain pelanggan tersebut.

2. Penyediaan Saluran Komunikasi Cepat

Perusahaan perlu menyediakan saluran komunikasi yang cepat dan mudah diakses oleh pelanggan. Misalnya, melalui email, telepon, atau *platform* media sosial tertentu. Penting

juga untuk memberikan informasi kontak yang jelas kepada pelanggan, sehingga mereka dapat dengan mudah mengajukan komplain.

3. Proses Penanganan Komplain yang Efisien  
Perusahaan harus mengembangkan proses yang efisien untuk menangani komplain pelanggan. Hal ini meliputi pencatatan komplain secara sistematis, penentuan prioritas berdasarkan tingkat eskalasi, dan penyelesaian masalah dengan segera. Tim *respons* komplain harus bekerja sama dengan departemen terkait untuk memastikan komplain ditangani dengan tepat waktu.
4. Pemantauan dan Evaluasi Kontinu  
Perusahaan harus melakukan pemantauan dan evaluasi terus-menerus terhadap program layanan *quick response*. Hal ini akan membantu mengidentifikasi kelemahan dan memperbaiki proses yang tidak efektif. Dalam proses ini, umpan balik dari pelanggan juga harus diperhatikan untuk melakukan perbaikan yang berkelanjutan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa layanan *Quick Response* merupakan langkah yang penting untuk memastikan kepuasan pelanggan dan mempertahankan reputasi perusahaan. Dengan adanya layanan ini, perusahaan dapat merespon komplain pelanggan dengan cepat, mencegah penyebaran dampak negatif, dan memperbaiki kekurangan operasional. Oleh karena itu, direkomendasikan agar perusahaan segera menerapkan layanan *Quick Response* guna meningkatkan kepuasan pelanggan dan mencapai keunggulan kompetitif.

#### **2.1.4 Indikator Layanan *Quick Response***

Menurut R. Herlambang (2021: 83), ada beberapa indikator layanan *Quick Response* (QR), sebagai berikut:

1. Waktu Respons (*Response Time*)  
Indikator ini mengukur lamanya waktu yang dibutuhkan untuk memberikan respons atau jawaban setelah pemindaian QR code dilakukan oleh pengguna. Semakin cepat waktu respons, semakin baik kualitas layanan QR.
2. Tingkat Keberhasilan (*Success Rate*)  
Indikator ini menunjukkan persentase QR code yang berhasil diproses dengan benar dan memberikan informasi yang relevan atau akses ke layanan yang dimaksud. Tingkat

- keberhasilan yang tinggi menunjukkan layanan QR yang handal.
3. **Ketersediaan (*Availability*)**  
Indikator ini mengukur seberapa sering QR code dan layanan yang terkait tersedia bagi pengguna. Layanan QR yang selalu tersedia meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pengguna.
  4. **Kesesuaian Informasi (*Information Accuracy*)**  
Indikator ini menilai keakuratan informasi yang disediakan melalui QR code. Layanan QR yang memberikan informasi yang akurat akan memperkuat kepercayaan pengguna.
  5. **Penggunaan QR Code (*QR Code Usage*)**  
Indikator ini mengukur seberapa sering QR code digunakan atau dipindai oleh pengguna. Tingkat penggunaan yang tinggi menunjukkan adopsi dan popularitas layanan QR.
  6. **Tingkat Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*)**  
Indikator ini memperkirakan tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan QR yang mereka gunakan. Survei kepuasan pengguna dapat dilakukan untuk mengumpulkan informasi ini.
  7. **Kegunaan (*Usability*)**  
Indikator ini menilai seberapa mudah dan nyaman penggunaan layanan QR bagi pengguna akhir. Semakin mudah digunakan, semakin tinggi kegunaannya. Indikator ini mengukur jumlah QR code yang aktif dan tersedia untuk pengguna. Jumlah yang cukup besar menandakan ketersediaan layanan yang luas.
  8. **Tingkat Penerimaan (*Acceptance Rate*)**  
Indikator ini mengukur seberapa banyak orang yang menerima dan menggunakan QR code untuk mengakses layanan atau informasi tertentu.

## 2.2 Komplain Pelanggan

### 2.2.1 Pengertian Komplain Pelanggan

Menurut Muhammad (2018:32), bahwa <sup>5</sup> **Keluhan** berasal dari bahasa latin "*plangare*" yang artinya adalah memukul atau pukulan ini ditujukan ke bagian dada. Saat ini, keluhan lebih diartikan sebagai sesuatu yang tidak menyenangkan atau sesuatu yang mengganggu.

Selanjutnya Muhammad (2018: 37), mengatakan bahwa <sup>5</sup> **Komplain** (*complaint*) adalah sebuah kata yang sering berkonotasi negatif bagi kedua pihak, baik bagi perusahaan maupun bagi konsumen. Komplain pada

umumnya dipersepsikan sebagai kesalahan, masalah, stres, frustrasi, kemarahan, konflik, hukuman, tuntutan, ganti rugi, dan sejenisnya.

Menurut Rambat Lupiyoadi (2018:247), Perilaku keluhan merupakan pernyataan sikap "tidak puas" atas kinerja produk barang/jasa yang digunakan. Keluhan pelanggan harus dilihat sebagai "masukan" bagi organisasi/perusahaan dan memberikan peluang bagi perbaikan produk barang/jasa yang ditawarkan kepada pelanggan.

Menurut Adi Krismanto (2019:162), Penanganan komplain berarti merupakan perwujudan strategi dan taktik perusahaan (bank) dalam menghadapi keunggulan strategi dan taktik pesaing. Penanganan komplain dapat dijadikan instrumen penting dalam mengendalikan konflik antara perusahaan dengan nasabah akan ketidakpuasan.

### 2.2.2 Faktor-Faktor Penyebab Komplain

Menurut Adi Krismanto (2019: 37),<sup>15</sup> Sejumlah faktor yang mempengaruhi keluhan konsumen telah diidentifikasi. Perilaku keluhan konsumen meningkat apabila:

1. Tingkat ketidakpuasan meningkat.
2. Sikap konsumen untuk mengeluh meningkat.
3. Jumlah manfaat yang diperoleh dari sikap mengeluh meningkat.
4. Perusahaan disalahkan atas suatu masalah.
5. Produk tersebut penting bagi konsumen.
6. Sumber-sumber yang tersedia bagi konsumen untuk mengeluh meningkat

### 2.2.3 Mengelola Komplain Pelanggan

Penanganan komplain berarti merupakan perwujudan strategi dan taktik perusahaan dalam menghadapi keunggulan strategi dan taktik pesaing. Penanganan komplain dapat dijadikan instrumen penting dalam mengendalikan konflik antara perusahaan dengan nasabah akan ketidakpuasan.

Menurut Fandi Tjiptono (2017: 48), ada lima aspek yang perlu dicermati agar komplain bisa ditangani dan diubah menjadi peluang memuaskan pelanggan dengan lebih baik, yaitu:

1. Memudahkan pelanggan untuk menyampaikan komplain. Komplain sejatinya merupakan peluang untuk memuaskan pelanggan dan memperbaiki kesalahan atau masalah yang berpotensi menciptakan *silent complainers*. Kelompok *silent complainers* adalah pelanggan yang tidak puas dan tidak menyampaikan komplain ke perusahaan, namun mereka memutuskan untuk tidak menggunakan lagi jasa perusahaan. Perusahaan hanya perlu mencari cara untuk memudahkan pelanggan dalam mengungkapkan komplain mereka, misalnya dengan menyediakan kotak saran, menyediakan formulir evaluasi yang bebas perangko, website, akun facebook atau twitter, dan alternative cara-cara lainnya. Dengan begitu, masalah bisa teratasi sebelum menjadi besar dan merusak reputasi perusahaan.
2. Mengatasi faktor penyebab terjadinya komplain. Idealnya, sebuah komplain yang sama tidak perlu terulang lagi. Begitu konsumen mengeluhkan sesuatu, perusahaan harus segera menindaklanjutinya dengan berbagai cara, diantaranya memperbaiki prosedur layanan, memperbaiki standar kinerja, serta lebih memfokuskan organisasi pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan.
3. Menangani komplain secara efektif. Penanganan complain bukanlah pekerjaan sederhana. Sejumlah riset menunjukkan bahwa ada sejumlah hal yang wajib dilakukan dan ada pula yang pantang diperbuat. Berikut ini adalah beberapa hal yang wajib dilakukan:
  - a) Berusahalah untuk merespon komplain dengan cepat dan tulus.
  - b) Setiap karyawan yang menghadapi komplain harus memperkenalkan diri dan mengambil alih tanggung jawab dalam mengatasi masalah pelanggan.
  - c) Tanyakan fakta-fakta yang terjadi dari sudut pandang pelanggan. Dengarkan dengan seksama apa yang disampaikan. Jangan langsung bertindak sebelum mendapatkan seluruh informasi dengan lengkap.
  - d) Akui setiap kesalahan yang memang terjadi dan minta maaf pada pelanggan.
  - e) Gunakanlah bahasa yang sederhana dan mudah dipahami pelanggan.
4. Menangani pelanggan yang marah. Sikap empati paling dibutuhkan sewaktu berhubungan dengan pelanggan yang marah. Staf harus mampu menanyakan persoalan secara rinci agar mendapatkan gambaran jelas tentang apa yang benar-benar terjadi.

5. Belajar dari kesalahan dan memperbaiki standar layanan secara berkesinambungan. Perusahaan wajib belajar dari setiap kesalahan atau masalah yang terjadi. Konsekuensinya, standar layanan selalu diperbaharui agar mampu melayani konsumen dengan lebih baik.

#### 2.2.4 Dimensi Penanganan Komplain

Menurut Adi Krismanto (2019: 162), ada beberapa dimensi yang digunakan dalam mengukur penanganan komplain adalah sebagai berikut:

1. Kecepatan Penanganan Komplain  
Menunjukkan kecepatan penanganan komplain yang diukur dari kesiapan perusahaan dalam menangani komplain dari nasabah, semakin cepat komplain dari nasabah mendapat tindak lanjut maka akan bisa menumbuhkan sikap puas dari nasabah tersebut begitu pula sebaliknya.
2. Penyelesaian Masalah Secara Memuaskan  
Menunjukkan penyelesaian masalah secara memuaskan yang diukur dari adanya penyelesaian komplain yang memuaskan nasabah akan timbul kepuasan dari nasabah akan penanganan komplain dari perusahaan tersebut.
3. Kemudahan Pengajuan Komplain  
Menunjukkan kemudahan dalam pengajuan komplain yang diukur dari kemudahan dalam birokrasi yang sederhana dan mudah bagi nasabah yang ingin mengajukan komplain kepada perusahaan tersebut.

Berdasarkan dimensi penanganan komplain yang dijelaskan di atas, dapat disimpulkan bahwa berdasarkan dimensi penanganan komplain terdiri dari tiga karakteristik yang saling berhubungan. sebagai standar untuk mengukur penanganan komplain terdiri dari kecepatan/kesigapan, kemudahan pengajuan komplain, dan penyelesaian masalah.

### 2.3 Kepercayaan Konsumen

#### 2.3.1 Pengertian Kepercayaan Konsumen

Menurut Morgan dan Hunt (dalam Ferdinand, 2016: 21), mendefinisikan kepercayaan adalah “suatu rasa percaya kepada mitra dimana seseorang berhubungan”. Kepercayaan timbul dari suatu proses yang lama. Apabila kepercayaan sudah timbul antara pelanggan dan perusahaan, maka usaha untuk membina hubungan kerjasama akan



lebih mudah. Kehadiran komitmen dan kepercayaan menjadi pusat kesuksesan *relationship marketing*. *Relationship marketing* mampu memberdayakan kekuatan keinginan konsumen dengan tekanan teknologi informasi untuk memberikan kepuasan konsumen.

Sementara itu Indiarjo (dalam Ferdinand, 2016: 32), mendefinisikan “kepercayaan sebagai suatu kerelaan untuk bergantung kepada partner dalam suatu hubungan transaksi dimana dalam diri partner itulah diletakkan keyakinan”.

Menurut Rofiq (2016: 32) menyatakan bahwa “kepercayaan adalah kepercayaan pihak tertentu terhadap yang lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercaya memiliki suatu kewajiban secara baik sesuai yang diharapkan”.

Sedangkan menurut Frida Jasfar (2016: 90), mengemukakan “kepercayaan merupakan perekat yang memungkinkan perusahaan untuk mempercayai orang lain dalam megorganisir dan mengubah sumber daya secara efektif dalam menciptakan nilai tambah.”

Dari pendapat para ahli di atas maka peneliti menyimpulkan bahwa kepercayaan merupakan keyakinan dimana seorang mendapatkan apa yang diharapkan dari orang lain. Kepercayaan merupakan pondasi dari bisnis. Suatu transaksi antara dua pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing saling mempercayai. Kepercayaan ini tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain atau mitra bisnis, melainkan harus dibangun dari awal dan dapat dibuktikan. Kepercayaan juga sebagai penilai hubungan seorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh ketidak pastian. Kepercayaan dalam hal online mengacu pada kepercayaan dalam lingkungan maya.

### 2.3.2 <sup>1</sup> Pengertian Kepercayaan Konsumen

Konsumen merupakan sebuah pasar yang memiliki karakteristik mempelajari apa yang telah mereka alami atau dari pengalaman yang

menimbulkan sebuah persepsi penilaian mengenai sebuah produk dan merek tertentu dari sebuah jasa atau barang.

Menurut Mowen (dalam Mulyana, 2016: 48), menyatakan bahwa kepercayaan konsumen merupakan semua hal atau informasi yang diketahui oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang atribut, objek, dan pemanfaatannya. Pengertian dari objek disini adalah produk, orang, sebuah perusahaan dan segala sesuatu dimana seseorang memiliki kepercayaan dan sebuah sikap.

Sedangkan menurut Noorman et al. (dalam Asmi Ishak & Zhafiri Luthfi (2019: 87), bahwa kepercayaan sebagai kesediaan untuk bergantung kepada pihak lain yang telah dipercaya. Kepercayaan mengandung dua aspek yang berbeda yaitu kredibilitas yang merujuk kepada keyakinan bahwa pihak lain mempunyai keahlian dalam menjalankan tugasnya dan *benovelence* yang merujuk kepada kesungguhan pihak lain bahwa dia mempunyai kesungguhan untuk melaksanakan yang sudah disepakati.

Definisi tersebut mengindikasikan bahwa kepercayaan merupakan komponen fundamental dari strategi pemasaran dalam menciptakan hubungan sejati dengan konsumen. Perusahaan yang beroperasi di pasar industri membangun hubungan kerjasama dengan pelanggannya sebagai salah satu strategi bersaing. Dengan hubungan kerjasama yang bersifat jangka panjang, perusahaan dapat bekerja lebih efektif dengan menghemat biaya transaksi dan dapat meningkatkan daya saing. Hubungan kerjasama yang demikian biasanya ditandai dengan adanya kepercayaan yang tinggi (Morgan & Hunt, 2018: 148).

Membangun kepercayaan konsumen tidaklah mudah, banyak proses yang dilalui. Konsumen akan percaya apabila sebuah produk barang mau pun jasa telah memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen, dimana mereka akan puas terhadap produk tersebut.

Kepercayaan konsumen akan timbul setelah mereka merasa puas karena telah mengonsumsi produk atau telah menggunakan produk dengan merek tertentu. Ketika seorang konsumen telah nyaman dan merasakan sebuah kecocokan terhadap sebuah produk dengan merek tertentu maka

konsumen tersebut tidak akan menggantikan produk tersebut dengan produk merek lain. Maka dari itu sebuah merek merupakan hal yang penting dalam membuat identitas sebuah produk. Karena identitas sebuah produk seakan menjadi sebuah alamat yang akan selalu diingat oleh konsumen manakala konsumen ingin membeli produk tersebut.

Konsumen memiliki persepsi tersendiri dalam melihat sebuah perusahaan. Kepercayaan konsumen akan muncul manakala konsumen melakukan pengumpulan informasi mengenai perusahaan atau barang yang sedang ingin dibelinya. Tidak jarang konsumen menghubungi sebuah perusahaan hanya untuk bertanya-tanya saja. Informasi mengenai atribut, manfaat produk dan jasa yang telah dikumpulkan oleh konsumen tersebut akan dikodekan dan dimasukkan ke dalam memori otak untuk dipergunakan (Sunarto, 2016: 132).

Sebuah merek harus mampu memberikan sebuah kepercayaan agar selalu menjadi rujukan pembelian barang oleh konsumen yang berlangganan. Dengan dibangunnya sebuah kepercayaan oleh sebuah merek, maka konsumen akan benar-benar yakin bahwa produk-produk yang diproduksi oleh merek atau perusahaan tersebut akan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut.

Kepercayaan konsumen kepada sebuah perusahaan terjadi karena konsumen mulai merasa mendapatkan stimulus atau rangsangan oleh berbagai kebutuhan dan sebuah rasa ingin tahu yang semakin banyak dan pencarian-pencarian informasi untuk mendapatkan apa yang diinginkan. Perhatian utama konsumen dalam proses sebelum melakukan pembelian online adalah sumber-sumber informasi untuk menjadi sebuah acuan konsumen dan pengaruh yang kuat tiap sumber tersebut terdapat keputusan pembelian (Kotler dan Keller, 2019: 137).

Konsumen memiliki persepsi tersendiri dalam melihat sebuah perusahaan. Kepercayaan konsumen akan muncul manakala konsumen melakukan pengumpulan informasi mengenai perusahaan atau barang yang sedang ingin dibelinya. Tidak jarang konsumen menghubungi sebuah perusahaan hanya untuk bertanya-tanya saja. Informasi mengenai atribut,

manfaat produk dan jasa yang telah dikumpulkan oleh konsumen tersebut akan dikodekan dan dimasukkan kedalam memori otak untuk dipergunakan (Sunarto, 2016: 53).

Menurut uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan konsumen merupakan sebuah kesediaan untuk bergantung kepada orang lain dalam konteks ini adalah penjual atau merek dengan memahami dan menyimpulkan segala hal (aspek) mulai dari atribut dan Objek.

### 2.3.3 Aspek Kepercayaan Konsumen

Setiap Variabel dalam penelitian pasti memiliki aspek atau dimensi yang dapat di ukur khususnya penelitian dengan metode kuantitatif. Menurut Mayer et al. (dalam Mulyana, 2016: 147) faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap yang lain ada tiga yaitu kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*), dan integritas (*integrity*). Ketiga faktor tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan mengacu pada kompetensi dan karakteristik penjual/organisasi dalam mempengaruhi dan mengotorisasi wilayah yang spesifik. Dalam hal ini, bagaimana penjual mampu menyediakan, melayani, sampai mengamankan transaksi dari gangguan pihak lain. Artinya bahwa konsumen memperoleh jaminan kepuasan dan keamanan dari penjual dalam melakukan transaksi. *Ability* meliputi kompetensi dan pengalaman. Kompetensi maksudnya adalah kemampuan dalam menyediakan barang, pengiriman, dan pembuatan desain yang sesuai keinginan konsumen sedangkan pengalaman adalah akumulasi dari seluruh kegiatan yang dilakukan oleh toko tersebut mulai dari pertama kali buka hingga sekarang.

#### 2. Kebaikan hati (*Benevolence*)

Kebaikan hati merupakan kemauan penjual dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara dirinya dengan konsumen. Profit yang diperoleh penjual dapat dimaksimalkan, tetapi kepuasan konsumen juga tinggi. Penjual bukan semata-mata mengejar profit maksimum semata, melainkan juga memiliki perhatian yang besar dalam mewujudkan kepuasan konsumen. *Benevolence* meliputi perhatian, keyakinan dan daya terima.

#### 3. Integritas (*Integrity*)

Integritas berkaitan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan penjual dalam menjalankan bisnisnya. Informasi yang diberikan kepada konsumen apakah benar sesuai dengan fakta atau tidak. Kualitas produk yang dijual apakah dapat dipercaya atau tidak. *Integrity* dapat dilihat dari sudut kewajaran (*fairness*), pemenuhan (*fulfillment*), kesetiaan (*loyalty*), keterus-terangan (*honestly*), keterkaitan (*dependability*), dan kehandalan (*reliability*).

#### 2.3.4 Indikator Kepercayaan Konsumen

Menurut Maya, et al. (2017: 79), menyatakan bahwa "faktor yang membentuk kepercayaan seorang yaitu:

1. Kesungguhan atau ketulusan  
Kebaikan hati merupakan kemauan penjual dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara dirinya dengan konsumen. Profit yang diperoleh dapat di maksimalkan, tetapi tetap kepuasan konsumen juga tinggi. Penjual bukan semata-mata mengejar profit maksimum semata, melainkan juga memiliki perhatian yang besar dalam mewujudkan kepuasan.
2. Kemampuan  
Kemampuan mengacu pada kompetensi dan karakteristik penjual dalam mempengaruhi wilayah yang spesifik. Dalam hal ini bagaimana penjual mampu menyediakan, melayani, sampai mengamankan transaksi dari gangguan pihak lain. Artinya bahwa konsumen memperoleh jaminan kepuasan dan keamanan dari penjual dalam melakukan transaksi.
3. Integritas  
Integritas berkaitan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan penjual dalam menjalankan bisnisnya. Informasi yang diberikan pada konsumen apakah benar sesuai dengan fakta atau tidak. Kualitas produk yang dijual apakah dapat dipercaya atau tidak.

#### 2.4 Penelitian Terdahulu

Dalam melaksanakan penelitian ini, peneliti memilih beberapa penelitian terdahulu sebagai bahan perbandingan, yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Husein Anugrah H (2021), yang berjudul "Pengaruh Penerapan *Quick Response Code* Indonesian Standard (QRIS) Terhadap Kepuasan Nasabah BSI KC 2 Palangka Raya". Tujuan dari

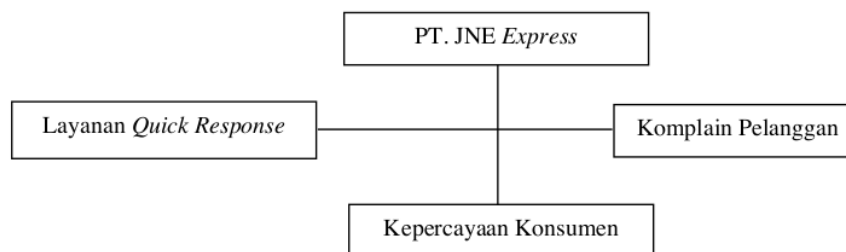
penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis dari rumusan masalah yaitu mengetahui seberapa besar pengaruh penerapan (*Quick Response Code* Indonesian Standard (QRIS) terhadap kepuasan nasabah BSI KC 2 Palangka Raya. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Mobile banking* terdapat yang namanya QR Code, QR Code adalah pengembangan teknologi yang membantu perangkat dalam mentransfer sejumlah data agar kegiatan yang dilakukan bisa terlaksana dengan cepat efisien, dan simple. Dengan adanya QRIS, maka sekarang seluruh transaksi pembayaran yang menggunakan QR Code hanya memerlukan satu QR Code saja, karena kode QR itu yang sudah terintegrasi dengan seluruh aplikasi yang menyediakan dan/atau menerima pembayaran dengan QR Code. Bank Syariah Mandiri (BSM) cabang Palangka Raya merupakan salah satu industri perbankan yang tidak lepas dari fenomena perubahan yang timbul dari intensitas persaingan untuk mendapatkan hati nasabah mereka, terlihat dari upaya BSM mulai mengimplentasikan kode QR berstandar nasional atau *Quick Response Code* Indonesia Standar (QRIS). Bank Mandiri Syariah menjadi satu-satunya perbankan syariah yang telah mengimplentasikan QRIS hingga saat ini. Dengan adanya penerapan QRIS apakah dapat mempengaruhi kepuasan nasabah, kepuasan dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan nasabah.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Ayunda Azhari (2021), yang berjudul "Implementasi Sistem Pembayaran *Quick Response Code* Indonesian Standar (QRIS) Pada Sektor UMKM di Kota Pematangsiantar". Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengetahuan pelaku UMKM di Kota Pematangsiantar dalam menggunakan QRIS. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif, dengan menggunakan wawancara, pengamatan di lokasi penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengetahuan pelaku UMKM di kota Pematangsiantar terhadap alat pembayaran digital QRIS yaitu pedagang mayoritas mengetahui QRIS

sebagai alat pembayaran digital yang dikeluarkan Bank Indonesia, dimana QRIS ini memberikan kelebihan dibanding sistem pembayaran digital lainnya, seperti OVO, Gopay, Dana dll, transaksinya tercatat otomatis, dan memudahkan mereka dalam melakukan pembayaran karena tidak perlu menyediakan uang kembalian lagi dan uang receh. QRIS memiliki manfaat bagi pelaku UMKM di kota Pematangsiantar, yaitu kemudahan transaksi. Memudahkan konsumen untuk bertransaksi secara non tunai menggunakan QR Code, masa sekarang masyarakat selalu membawa handphone jadi cukup dengan membawa handphone konsumen bisa bayar cepat dan belanja di tempat pelaku UMKM yang menggunakan QRIS, dengan kemudahan transaksi itu masyarakat memilih berbelanja dan secara tidak langsung akan meningkatkan pendapatan bagi pelaku UMKM. Serta di masa pandemi sekarang ini QRIS sangat membantu para pelaku UMKM dan pembeli juga, yaitu dapat mengurangi kontak fisik langsung dengan uang tetapi tetap dapat bertransaksi. Hambatan pelaku UMKM menggunakan QRIS yaitu terkendalanya jaringan internet yang kurang stabil dalam melakukan transaksi sehingga menjadi kendala bagi pelaku UMKM dan juga konsumen dalam melakukan transaksi. Serta adanya biaya *merchant discount rate* (Mdr) sebesar 0,07% yang di berlakukan kepada para pedagang. Dan akibat dari hambatan tersebut terkadang sebagian juga masyarakat melakukan pembayaran secara tunai.

## 2.5 Kerangka Berpikir

Untuk lebih memudahkan peneliti dalam melaksanakan penelitian ini, maka peneliti perlu merumuskan kerangka berpikir sebagai berikut:



Sumber: Peneliti (2023)

Gambar 2.1

### Kerangka berpikir

Dari gambar di atas, maka dapat diketahui bahwa PT. JNE *Express* dalam membangun kepercayaan konsumennya melakukan berbagai upaya untuk mempertahankan aktifitas usahanya. Dalam melakukan pelayanan jasa kepada pelanggan, PT. JNE *Express* terkadang mendapatkan komplain dari para pelanggan seperti keterlambatan pengiriman dan pengantaran paket (barang) kepada pelanggan. Untuk mengatasi dan meminimalisasi komplain pelanggan, maka PT. JNE *Express* menerapkan layanan *quick response* sehingga mempercepat pengecekan paket (barang) yang dikirim dan diantar oleh para kurir.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian**

##### **3.1.1 Pendekatan**

Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini bersifat deskriptif. Tujuan penelitian deskriptif suatu data penelitian untuk mendiskripsikan dan menganalisis fenomena, aktivitas sosial, sikap dan manusia. Ragam peristiwa, pemikiran dan persepsi orang atau kelompok. Menurut Sugiyono (2018:213), “Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat yang digunakan untuk meneliti pada kondisi ilmiah (eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen, teknik pengumpulan data dan di analisis yang bersifat kualitatif lebih menekan pada makna”.

##### **3.1.2 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian dapat dikelompokkan menurut tujuan, pendekatan, tingkat *eksplanasi*, dan analisis serta jenis data. Dengan mengetahui jenis-jenis penelitian tersebut maka penelitian diharapkan dapat melihat metode yang paling efektif dan efisien untuk mendapat informasi yang akan digunakan untuk memecahkan masalah.

Riset berdasarkan jenis data menurut Suliyanto (2016: 34), dibagi menjadi:

1. Riset kualitatif adalah riset yang didasarkan pada data kualitatif yaitu tidak berbentuk angka atau bilangan sehingga hanya berbentuk pernyataan-pernyataan atau kalimat.
2. Riset kuantitatif adalah riset yang didasarkan pada data kuantitatif yaitu berbentuk angka atau bilangan.
3. Riset gabungan/kombinasi adalah riset yang menggunakan data kualitatif dan kuantitatif.

Dari pendapat di atas, peneliti menetapkan jenis penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif dimana metode ini lebih menekankan pada pengamatan fenomena dan lebih meneliti ke substansi makna dari

fenomena tersebut dan sangat terpengaruh pada kekuatan kata dan kalimat atau sering juga dikatakan berbentuk pernyataan-pernyataan atau kalimat.

### **3.2 Variabel Penelitian**

Menurut Sugiyono (2018: 55), variabel adalah: "Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya." Dalam sebuah penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum mulai pengumpulan data. Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018: 57).

Berdasarkan judul, penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu Layanan *Quick Response* dan variabel Komplain Pelanggan dan Kepercayaan Konsumen.

### **3.3 Lokasi dan Jadwal Penelitian**

#### **3.3.1 Lokasi Penelitian**

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti memilih lokasi penelitian di PT. JNE Express Cabang Gunungsitoli.

#### **3.3.2 Jadwal Penelitian**

**kenyakan** Untuk melaksanakan penelitian ini, perlu membuat acuan atau pedoman serta tahapan-tahapan yang akan dilaksanakan sehingga penelitian dapat terlaksana sesuai alurnya. Maka peneliti telah membuat jadwal sebagai panduan, sebagai berikut:

Tabel 3.1.  
Jadwal Penelitian

Kegiatan	JADWAL															
	April 2023			Mei 2023				Juni 2023				Juli 2023				
	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Penyusunan Proposal	■	■	■													
Konsultasi kepada Dosen Pembimbing			■	■	■	■	■									
Pengajuan Proposal							■									
Persiapan Seminar								■								
Seminar Penelitian									■							
Persiapan Penelitian										■						
Pengumpulan Data											■	■	■			
Penulisan Naskah Skripsi												■	■	■	■	
Konsultasi kepada Dosen Pembimbing													■	■	■	
Penyempurnaan Naskah														■	■	
Penulisan dan Penyempurnaan Skripsi															■	
Ujian Skripsi															■	

Sumber: Peneliti (2023)

### 3.4 Sumber Data

#### 3.4.1 Data Primer

Menurut Sugiyono (2018:456), Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Peneliti menggunakan hasil wawancara yang didapatkan dari informan mengenai topik penelitian sebagai data primer.

#### 3.4.2 Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018:456), data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah sesuai dengan Undang-Undang Ketenagakerjaan, buku, jurnal, artikel yang berkaitan dengan

topik penelitian mengenai layanan *quick response* terhadap complain pelanggan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen.

### 3.5 Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis kualitatif, sehingga dalam penelitian kualitatif, alat atau instrumen utama pengumpulan data adalah manusia atau peneliti itu sendiri dengan cara mengamati, bertanya, mendengar, meminta dan mengambil data penelitian. Untuk memperoleh hasil yang akurat, maka peneliti harus mendapatkan data yang valid sehingga tidak sembarang narasumber yang diwawancarai.

<sup>13</sup> Dalam penelitian kualitatif, alat atau instrumen utama pengumpulan data adalah manusia atau peneliti itu sendiri dengan cara mengamati, bertanya, mendengar, meminta dan mengambil data penelitian. Peneliti harus mendapatkan data yang valid sehingga tidak sembarang narasumber yang diwawancarai. Oleh karena itu, kondisi informan pun harus jelas sesuai dengan kebutuhan data agar dapat diakui kebenaran datanya.

Salah satu ciri penelitian kualitatif adalah peneliti bertindak sebagai instrumen sekaligus pengumpul data. Instrumen selain manusia (seperti; angket, pedoman wawancara, pedoman observasi dan sebagainya) dapat pula digunakan, tetapi fungsinya terbatas sebagai pendukung tugas peneliti sebagai instrumen kunci.

Menurut Sugiyono (2018: 102), bahwa Instrumen merupakan alat pengumpulan data yang sangat penting untuk membantu perolehan data dilapangan. Sebelum menyusun instrument penelitian, penting untuk diketahui pula bentuk-bentuk instrumen yang digunakan dalam penelitian, sebagai berikut:

1. Bentuk Instrumen Tes.
2. Bentuk Instrumen *Interview*.
3. Bentuk Instrumen Observasi.
4. Bentuk Instrumen Dokumentasi.

Berdasarkan pendapat di atas, maka peneliti menggunakan instrument penelitian dengan berpedoman pada jenis penelitian yang digunakan adalah menggunakan bentuk instrument *interview* dan *observasi*.

### **3.6 Informan (Key Information)**

Menurut Moleong dan Andrianto mendefenisikan informan penelitian, dapat dilihat pada halaman selanjutnya: “Informan adalah orang yang dapat memberikan keterangan atau informasi mengenai masalah yang sedang diteliti dan dapat berperan sebagai narasumber selama proses penelitian (Ardianto 2016: 61-62).

Pemilihan informan-informan pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, sebagaimana maksud yang disampaikan oleh Sugianto dalam buku Memahami Penelitian Kualitatif, adalah: *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, pertimbangan tertentu ini misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek/situasi social yang diteliti. Maka yang menjadi kunci informasi dalam penelitian ini adalah keterwakilan dari karyawan sebanyak 5 orang yang keterwakilan dari pelanggan sebanyak 5 orang sehingga sampel pada penelitian ini berjumlah 10 orang.

### **3.7 Teknik Pengumpulan Data**

Dalam sebuah penelitian, keberadaan data-data dan informasi memiliki nilai yang sangat penting untuk menentukan keberhasilan dari penelitian yang sedang dilaksanakan. Oleh karena hal tersebut, maka pengumpulan data-data yang dilakukan menggunakan pendekatan-pendekatan atau cara tertentu sebagaimana yang telah ditetapkan oleh prosedur penelitian yang berlaku.

Menurut Sugiyono (2018:224), bahwa “pengumpulan data diperoleh dari observasi, wawancara, dokumentasi triangulasi”. Teknik data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan wawancara dan

observasi. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Data Primer, secara langsung dari responden dengan cara:
  - a. Pengamatan (*Observasi*)  
Yaitu metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung pada objek penelitian.
  - b. Wawancara (*Interview*)  
Yaitu metode pengumpulan data dengan cara mengadakan tanya jawab secara langsung kepada responden atau kepada pihak/sumber-sumber data yang dianggap perlu.
  - c. Dokumentasi  
Yaitu metode pengumpulan data dan informasi melalui foto atau dokumentasi sebagai bukti di lapangan.
2. Data Sekunder, dengan memperoleh data dari berbagai literatur atau buku-buku yang berhubungan dengan masalah pokok dalam penelitian. Dalam melaksanakan penelitian ini, peneliti sangat membutuhkan data dan informasi yang akurat untuk menjawab fenomena yang terjadi di lokasi penelitian. Data primer yang bersumber dari lokasi penelitian merupakan data dan informasi utama untuk memberikan jawaban terhadap tujuan dari pelaksanaan penelitian ini.

### **3.8 Teknik Analisis Data**

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Teknik analisis data yang dilakukan pada penelitian ini ada 4 tahap, yaitu:

#### **3.8.1 Pengumpulan Data**

Langkah pertama dalam proses analisis data adalah pengumpulan data. Data dalam penelitian ini diperoleh dari hasil observasi, wawancara, studi pustaka dan dokumentasi yang dicatat dalam catatan lapangan yang terdiri dari dua aspek yaitu, deskripsi dan refleksi.

Catatan deskripsi merupakan data alami yang berisi tentang apa yang dilihat, didengar, dirasakan dan dialami sendiri oleh peneliti tanpa adanya pendapat dan penafsiran dari peneliti tentang fenomena yang dijumpai. Sedangkan catatan refleksi merupakan catatan yang membuat kesan, komentar, dan tafsiran peneliti tentang temuan yang dijumpai.

Catatan lapangan dari observasi dibuat selengkap mungkin oleh peneliti. Penelitian ini, catatan lapangan dibuat penjelasan mengenai jumlah pegawai dan pelayanan yang dilaksanakan setiap harinya.

### **3.8.2 Reduksi Data**

Setelah pengumpulan data, langkah kedua proses analisis data dalam penelitian ini adalah reduksi data. Reduksi data merupakan proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan dan abstraksi. Cara mereduksi data adalah dengan melakukan seleksi, membuat ringkasan atau uraian singkat. Menggolongkan kedalam pola-pola dengan membuat transkrip penelitian untuk mempertegas, memperpendek, membuat fokus. Membuang bagian yang tidak diperlukan atau tidak relevan dengan penelitian sehingga pada akhirnya diperoleh data yang terkait.

### **3.8.3 Penyajian Data**

Setelah proses reduksi, langkah selanjutnya adalah penyajian data. Penyajian data adalah sekumpulan informasi yang telah tersusun sehingga memberikan kemungkinan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data dalam penelitian ini dilakukan sesuai dengan apa yang telah diteliti sehingga diperoleh kemudahan dalam menafsirkan data.

### **3.8.4 Penarikan Kesimpulan**

Setelah proses penyajian data, langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan adalah usaha untuk mencari atau memahami makna, keteraturan, pola-pola penjelasan,

alur sebab akibat. Kesimpulan yang ditarik dalam penelitian ini segera diverifikasi dengan cara melihat dan mempertanyakan kembali sambil melihat catatan lapangan yang sudah ada, tujuannya adalah agar diperoleh pemahaman yang lebih tepat, selain cara itu bisa juga dengan mendiskusikannya.

Proses menyimpulkan merupakan proses yang membutuhkan pertimbangan yang matang, peneliti harus lebih teliti dan berhati-hati dalam mengambil kesimpulan. Mencari dan menemukan data-data yang diperoleh dari lapangan yang berada disekitarnya akan menguatkan kesimpulan yang akan diambil. Hal itu dilakukan agar data yang didapat dan penafsiran terhadap data tersebut memiliki validitas sehingga kesimpulan yang ditarik menjadi sebuah kesimpulan yang kokoh.



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Hasil Penelitian

Deskripsi penelitian bermanfaat untuk memaparkan semua data dan informasi yang diperoleh dari lokasi penelitian. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan oleh peneliti dari tanggal 16 s.d. 23 Agustus 2023 di wilayah kerja PT. JNE *Express* khususnya di Kecamatan Gunungsitoli, maka peneliti telah memperoleh data-data yang berhubungan dengan topik pembahasan pada penelitian ini.

##### 4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Berdasarkan data yang diperoleh dari karyawan PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli, peneliti memperoleh beberapa informasi cabang JNE *Express* beroperasi sehari-hari, mulai dari pengelolaan kiriman, penjadwalan pengiriman, pengaturan rute, manajemen pergudangan, hingga pelaksanaan layanan pelanggan. Ini melibatkan analisis efisiensi, kualitas layanan, dan pemahaman tentang bagaimana cabang tersebut berinteraksi dengan pelanggan.

PT. JNE *Express* menggunakan teknologi dalam operasinya, meliputi sistem pelacakan dan pemantauan kiriman, manajemen persediaan, integrasi dengan *platform e-commerce*, dan implementasi teknologi lainnya untuk meningkatkan efisiensi dan kemudahan dalam pengiriman barang.

Selain dalam melaksanakan fungsinya dalam pengiriman barang kepada pelanggan, PT. JNE *Express* juga berkecimpung dengan melibatkan aspek rekrutmen, pelatihan, motivasi, dan retensi karyawan. Tujuan ini membantu meningkatkan kinerja dan kepuasan karyawan, yang pada gilirannya akan berdampak positif pada layanan yang diberikan kepada pelanggan.

Pihak PT. JNE *Express* juga menganalisa pasar dan persaingan tentang bagaimana cabang JNE *Express* beroperasi di pasar tertentu, termasuk

analisis pesaing dan kebutuhan pelanggan. Ini dapat membantu cabang PT. JNE *Express* untuk mengoptimalkan strategi pemasaran dan ekspansi perusahaan dalam menghadapi persaingan di industri logistik.

Dari hasil informasi yg diberikan oleh salah seorang karyawan bahwa perusahaan berupaya mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan yang diberikan oleh cabang JNE. Ini melibatkan mengumpulkan data tentang waktu pengiriman, kondisi barang, interaksi dengan petugas, dan sejauh mana pelanggan puas dengan layanan tersebut. Dalam aspek keuangan JNE *Express* memperhatikan dan mengelola pendapatan, biaya operasional, dan profitabilitas. Analisis ini dapat membantu identifikasi area di mana efisiensi dapat ditingkatkan serta memahami bagaimana perubahan dalam lingkungan hukum dapat mempengaruhi bisnis PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli.

#### **4.1.2 Sejarah PT. JNE *Express***

PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir atau lebih dikenal dengan istilah JNE *Express* adalah sebuah perusahaan logistik dan ekspedisi yang berkantor pusat di Jalan Tomang Raya No. 11, Jakarta Barat. JNE *Express* dikenal sebagai salah satu perusahaan ekspedisi tertua dan terbesar di Indonesia, berkat jaringan dan jangkauan area distribusinya mencakup lebih dari 83.000 kota, termasuk kabupaten, desa, dan pulau terluar dengan gerai penjualan berjumlah lebih dari 8.000 titik dan memperkerjakan lebih dari 50.000 karyawan diseluruh Indonesia.

Pada tanggal 26 November 1990, H. Soeprapto Soeparno yang juga merintis PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI), resmi mendirikan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir dengan acara syukuran sederhana di sebuah Yayasan Yatim Piatu dan Tuna Netra (Yatuna) bersama beberapa orang kolega di kampung Makasar, Jakarta Timur. Dirintis dengan modal awal 100 juta rupiah dan 8 orang karyawan, JNE awalnya hanya menangani kepabeanan dari impor kiriman barang/dokumen sekaligus distribusinya ke kota-kota destinasi di Indonesia dengan memanfaatkan jaringan TIKI.

Untuk memperkuat jaringan penjualan, pada tahun 1995 JNE memperkenalkan sistem *drop-point* atau agen pengiriman yang disebut "Takuhaibin". JNE *Express* banyak memanfaatkan keberadaan warung telekomunikasi yang menjamur pada saat itu dan menjadi cikal bakal agen JNE *Express* yang jumlahnya mencapai lebih dari 8.000 titik diseluruh Indonesia pada tahun 2022.

Sejalan dengan *trend* gaya hidup digital yang semakin pesat dan tuntutan gaya hidup yang semakin tinggi, tuntutan akan pengiriman yang super cepat juga semakin tinggi. Di tahun 2022 JNE *Express* merilis Raket, yaitu layanan kurir instan (*instant courier*) berbasis aplikasi yang menjamin estimasi pengantaran sampai dalam waktu 1 jam. Pada tahun 2005 JNE *Express* mulai di dirikan di kepulauan nias yang ber-alamat di Jln. WR. Suparman No 21 yang di pimpin oleh kepala cabang yang bernama **INGATAN TELAUMBANUA**, menjabat dari tahun 2005 sampai 2019. JNE *Express* sudah berdiri di Kepulauan Nias selama 18 tahun samapi sekarang.

#### 4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan PT. JNE *Express*

Visi dan misi adalah pernyataan penting dalam sebuah organisasi atau perusahaan manapun yang menggambarkan tujuan, arah, dan nilai-nilai yang ingin dicapai dan dipegang teguh oleh organisasi tersebut, yaitu:

##### **Visi Perusahaan :**

"Untuk menjadi perusahaan besar dengan rantai pasok global terdepan di dunia."

##### **Misi Perusahaan :**

"Untuk memberi pengalaman terbaik kepada pelanggan secara konsisten"

Nilai Perusahaan :

1. Jujur
2. Disiplin

3. Tanggung Jawab
4. Visioner

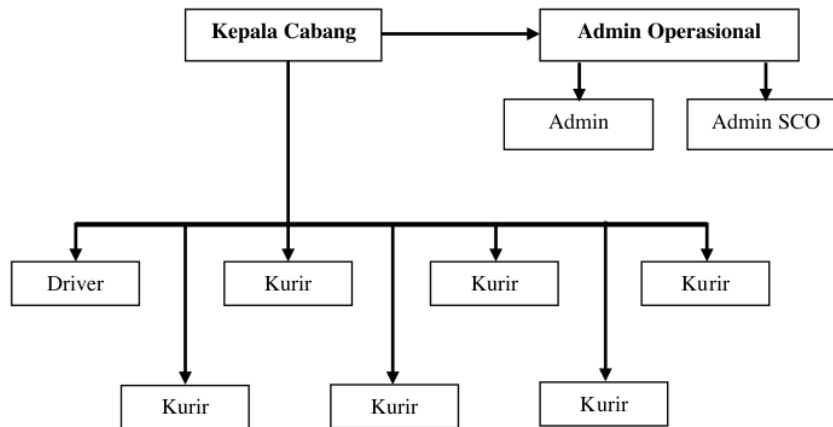
#### **4.1.4 Struktur Organisasi**

Menurut Badu dan Djafri (2017:8): “Struktur merupakan korelasi antara fungsi dalam organisasi. Dengan kata lain, struktur organisasi ialah hubungan antara karyawan serta tugas dan fungsi mereka sebagai personel kelompok pelaksana”.

Setiap perusahaan dibentuk atas dasar dan tujuan tertentu. Untuk dapat mencapai tujuan tersebut maka perlu dibentuk suatu struktur organisasi supaya mampu mencapai tujuan yang telah dibentuk dengan orang-orang yang memiliki kompetensi. Dalam mengatur perusahaan pimpinan memberikan perintah langsung pada bagian yang dimintai tolong untuk mengerjakan suatu hal dalam pekerjaan karena tidak adanya pengawasan, disamping itu pimpinan juga mengawasi jalannya perusahaan.

Struktur organisasi merupakan kerangka kerja formal yang mengatur bagaimana tugas, tanggung jawab, dan wewenang dibagi di dalam suatu organisasi. Fungsi struktur organisasi sangat penting dalam mengatur dan mengkoordinasi aktivitas serta anggota organisasi.

Pelaksanaan proses pengorganisasian yang sukses akan membuat suatu organisasi dapat mencapai tujuannya. Adapun gambaran umum struktur organisasi pada PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli, sebagai berikut:



Sumber: PT. JNE Express Cabang Gunungsitoli Tahun 2023

Gambar 4.1.  
Struktur Organisasi PT. JNE Express Cabang Gunungsitoli

#### 4.1.5 Uraian Tugas Karyawan PT. JNE Express Cabang Gunungsitoli

Tugas dan tanggung jawab dari masing-masing bagian dalam struktur organisasi PT. JNE Express Cabang Gunungsitoli adalah sebagai berikut:

1. Kepala Cabang

Bertanggung jawab sepenuhnya atas berjalannya aktivitas perusahaan, merencanakan sistem kerja secara terarah dan terpadu, memberikan pengarahan kepada bawahan, mengawasi dan mengevaluasi kegiatan yang terjadi di perusahaan.

2. Leader Admin Operasional

Mengawasi sistem operasional yang dijalankan, mengontrol operasional dan memfollow up customer yang bermasalah.

3. Admin

Menerima hasil pick up dari petugas, menyesuaikan data barang yang akan dikirim, melakukan pemeriksaan dan penyegelan dari kiriman dengan hvs atau pekingan, memastikan kembali kiriman tidak bermasalah dan layak di kirim (penimbangan, kemasan, dll).

4. Driver

Mengantar paket JTR ( *JNE Trucking*), melakukan *pick up* kedalam mobil dan mengantarkan paket ke alamat penerima.

#### 5. Kurir

Melakukan *pock up* kedalam tas, dan mengantarkan ke alamat penerima dengan menggunakan motor.

#### 4.1.6 Aktivitas dan Jam Kerja

Aktivitas adalah suatu tindakan atau kegiatan sehari-hari yang dilakukan dengan rutin dan menjadi sebuah kebiasaan. Aktivitas yang dilakukan pada PT. *JNE Express* Cabang Kota Gunungsitoli yaitu: Jam kerja pada pada PT. *JNE Express* Cabang Kota Gunungsitoli adalah setiap hari Senin s.d Sabtu dimulai pada pukul 08.00 WIB s.d 17.00 WIB sesuai dengan ketentuan jam kerja yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Pada hari Minggu, terdapat jadwal picket atau masuk kerja untuk setiap karyawan yaitu sekali dalam sebulan berdasarkan jadwal yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

#### 4.1.7 Komplain Pelanggan di PT. *JNE* Cabang Gunungsitoli

Berdasarkan data dan informasi dari karyawan dan pelanggan di *JNE Express* Cabang Gunungsitoli bahwa perusahaan PT. *JNE Express* Cabang Gunungsitoli menerima komplain dari para pelanggan atas jasa pengiriman barang yang diterima pelanggan. Komplain para pelanggan ini menjadi tanggung jawab pihak perusahaan PT. *JNE Express* Cabang Gunungsitoli untuk ditangani dengan baik.

Berikut data komplain para pelanggan di PT. *JNE Express* Cabang Gunungsitoli, yaitu:

Tabel 4.1  
Data Komplain Pelanggan PT. *JNE Express* Cabang Gunungsitoli

No	Jenis Pengiriman	Jumlah Komplain/ Bulan	Penanganan
1	COD	5 Org	Ditangani

2	Non COD	2 Org	Ditangani
---	---------	-------	-----------

*Sumber: Diolah peneliti 2023*

Komplain setiap pelanggan yang terjadi di PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli merupakan ekspresi ketidakpuasan atau masalah yang dialami oleh pelanggan terkait dengan layanan atau produk yang diberikan oleh perusahaan, dalam hal ini PT. JNE *Express*. Penanganan komplain pelanggan tersebut merupakan bagian penting dari layanan pelanggan yang baik, karena hal ini dapat mempengaruhi reputasi perusahaan dan hubungan dengan pelanggan.

Sesuai dengan informasi yang diperoleh dari karyawan PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli bahwa pentingnya menanggapi komplain pelanggan tersebut, komplain pelanggan merupakan umpan balik yang berharga bagi perusahaan. Ini memberikan wawasan tentang area dimana perusahaan perlu meningkatkan kualitas layanan atau memperbaiki proses. Menanggapi komplain pelanggan dengan baik dapat membantu memperbaiki citra perusahaan dan mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan.

Penanganan komplain pelanggan dengan baik oleh PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli adalah langkah penting dalam membangun citra positif dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Dengan merespons komplain dengan cepat, memahami masalah, dan memberikan solusi yang memuaskan, JNE *Express* dapat mempertahankan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi.

Adapun Jenis komplain pelanggan atas jasa perusahaan PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli, sebagai berikut:

Tabel 4.2  
Data Komplain Pelanggan PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli

No	Jenis Komplain	Penanganan	Waktu Penanganan
1	Barang tidak sesuai dengan permintaan konsumen (COD).	Ditangani	6 Juni 2023
2	Alamat tidak sesuai contoh alamat	Ditangani	16 Juni 2023

	di buat di paket pasar gunungsitoli saja (Non COD)		
3	Barang rusak seperti cairan, dan kiriman yang berbahan kaca	Ditangani	20 Juni 2023
4	Salah isi kiriman kesalahan dari seller	Ditangani	26 Juni 2023

Sumber: Diolah peneliti 2023

Sesuai data di atas, maka PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli melakukan tindakan penanganan dengan cara yaitu setelah penyebab masalah diidentifikasi, langkah selanjutnya adalah mengambil tindakan perbaikan. Menganalisis penyebab masalah melalui karyawan yang ditugaskan oleh PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli untuk mengidentifikasi akar penyebab masalah dan mencari tahu apakah masalah tersebut bersifat berulang atau hanya kejadian satu kali. Cara mengatasi yang lain yang dilakukan oleh perusahaan berupa mengganti barang yang rusak, meningkatkan proses operasional, atau mengoreksi kesalahan lainnya. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa masalah tersebut tidak terjadi lagi di masa depan.

Berdasarkan informasi dari karyawan PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli bahwa PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli berkomunikasi secara aktif dengan pelanggan yang mengajukan komplain. Mereka harus diberi tahu tentang tindakan yang diambil untuk menyelesaikan masalah, perkiraan waktu penyelesaian, dan bagaimana mereka bisa menghubungi perusahaan jika mereka memiliki pertanyaan lebih lanjut. Setelah masalah diselesaikan, PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli dapat mengirimkan survei kepuasan atau umpan balik kepada pelanggan untuk mengetahui apakah mereka puas dengan resolusi yang diberikan. Ini juga membantu dalam evaluasi lanjutan tentang bagaimana perusahaan dapat terus memperbaiki layanan.

Adapun data komplain para pelanggan PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli berdasarkan jenis komplain pada bulan Juni 2023, yaitu:

Tabel 4.3  
Data Komplain Berdasarkan Jenis Komplain

No	Jenis Komplain	Waktu	Jumlah
----	----------------	-------	--------



1	Barang rusak ringan seperti bungkusannya koyak, kardusnya lembab	1 bulan	1 paket
2	Barang tidak sesuai dengan permintaan konsumen	1 bulan	5 paket
3	Alamat tidak sesuai	1 bulan	10 paket
4	Barang rusak ringan seperti plastiknya koyak.	1 bulan	1 paket
5	Barang tidak datang tepat waktu khusus servis ekonomis (JTR) karena dari origin sampai ke kota tujuan via jalur darat.	1 bulan	2 paket

Sumber: Diolah peneliti 2023

Sesuai data yang diperoleh dari karyawan PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli bahwa tindakan yang dilakukan untuk penanganan komplain pelanggan adalah:

1. Komplain belum terima paket, kesalahan bukan dari rider yang ngantar ke alamat, yang bersangkutan numpang nama dan numpang alamat. Petugas sebelum melakukan proses pengantar ke alamat sudah berusaha telepon penerima namun belum ada respon sama sekali.
2. Komplain karena kesalahan penulisan Nomor telpon oleh pengirim, yaitu: sebelum dilakukan proses pengantaran oleh petugas ke alamat, mereka telepon terlebih dahulu penerima. Dan nomor yang angkat telpon tersebut dia minta di *return* ke pengirim tidak jadi ambil paketnya. Karena nomor kontak penerima sebenarnya salah tulis. Dan pada hari yang sama juga penerima sebenarnya datang ke kantor menanyakan ke beradaan paketnya. Dan penerima tidak keberatan lagi karena kesalahan penulisan nomor kontak salah. Dan PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli tidak langsung *return* paket yang ditolak oleh *customer* harus di info ke CS dan *follow up* ke origin. Kalau *origin* minta di *return* baru team admin PT. JNE *Express* Gunungsitoli melakukan proses *return*.

#### 4.1.8 Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penelitian ini didukung oleh adanya lokasi dan orang-orang yang terdapat pada lokasi penelitian tersebut sebagai informan yang memberikan data dan informasi tentang urgensi layanan *quick response* guna mengatasi komplain pelanggan dalam meningkatkan kepercayaan konsumen. Para karyawan dan pelanggan sebagai informan sangat menentukan hasil penelitian dalam memberikan data dan informasi tentang situasi dan kejadian di lokasi penelitian.

Sesuai dengan metode pengumpulan data yang digunakan, maka peneliti telah mengajukan pertanyaan dalam bentuk wawancara kepada responden sebanyak 10 orang. Pertanyaan yang diajukan kepada seluruh responden terjawab dan diolah peneliti agar dapat menjadi sebuah informasi yang akurat.

Dari jawaban seluruh responden atas pertanyaan yang diajukan peneliti, maka terdapat jawaban yang sama dari responden atas pertanyaan yang sama dan terdapat juga jawaban atau pendapat yang berbeda atas pertanyaan yang ada. Dengan demikian, peneliti menganalisa dan mengumpulkan seluruh jawaban yang dijadikan sebagai data untuk diuraikan pada analisa dan pembahasan.

Informan pada penelitian ini memiliki latar belakang pendidikan yang berbeda-beda. Berikut tingkat pendidikan informan sesuai data yang diperoleh peneliti di lapangan, yaitu:

Tabel 4.4  
Tingkat Pendidikan Informan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah
1	Sarjana	3
2	Diploma (D-III)	1
2	SLTA	6
Jumlah....		10

Sumber: Diolah peneliti 2023

Berikut data informan yang telah dipilih oleh peneliti untuk melengkapi data dan informasi yang dibutuhkan terkait tentang urgensi layanan *quick response* guna mengatasi keluhan pelanggan dalam meningkatkan kepercayaan konsumen pada PT. JNE Express Cabang Gunungsitoli, yaitu:

Tabel 4.5  
Data Informan

No	Nama	Jenis Kelamin	Jabatan
1	Tukari Buulolo	Laki-Laki	Kepala Cabang JNE <i>Express</i>
2	Natal K. Harefa	Perempuan	SCO JNE <i>Express</i>
3	Firman J. Lahagu, A.Md	Laki-Laki	Driver JNE <i>Express</i>
4	Saro Zebua	Laki-Laki	Kurir JNE <i>Express</i>
5	Lukas Dawolo	Laki-Laki	Kurir JNE <i>Express</i>
6	Ines Nifilinia Lase	Perempuan	Pelanggan JNE <i>Express</i>
7	Erjer Gea	Laki-Laki	Pelanggan JNE <i>Express</i>
8	Wita Dacli, S.Pd	Perempuan	Pelanggan JNE <i>Express</i>
9	Ina Quisha Zai	Perempuan	Pelanggan JNE <i>Express</i>
10	Ina Rifal Lase	Perempuan	Pelanggan JNE <i>Express</i>

Sumber Data : Diolah peneliti 2023

Berikut hasil wawancara dengan beberapa informan, peneliti mencoba menanyakan beberapa hal terkait tentang urgensi layanan *quick response* guna mengatasi keluhan pelanggan dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, yaitu sebagai berikut:

### 1. Volume permintaan yang tinggi bisa menjadi tantangan dalam memberikan waktu respon yang cepat dan cara mengatasi tantangan tersebut

Berdasarkan hasil wawancara kepada Bapak Tukari Buulolo sebagai Kepala Cabang PT. JNE *Express* Gunungsitoli pada hari Rabu tanggal 16 Agustus 2023, pukul 09.00 WIB bertempat di Kantor PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli ditemukan bahwa volume keluhan pelanggan atas layanan PT. JNE *Express* tidak begitu banyak dalam sebulan. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada Kepala Cabang Gunungsitoli, informan 1 menyatakan bahwa:

“Volume permintaan atas komplain pelanggan masih tergolong sedikit, bila diperhatikan bahwa dalam sebulan hanya 2 – 5 orang pelanggan yang mengajukan komplain. Pengalaman dalam menangani komplain terhadap layanan JNE bisa beragam tergantung jenis komplain, pihak PT. JNE *Express* selalu bersedia untuk berinteraksi, serta efisiensi dalam menyelesaikan masalah tersebut. Sebagai lembaga pengiriman dan logistik yang besar, PT. JNE *Express* memiliki tanggung jawab untuk memberikan layanan yang handal dan memadai kepada pelanggan.”

<sup>3</sup> Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa pihak PT. JNE *Express* bertanggungjawab atas komplain pelanggan dengan memberikan waktu untuk mengatasinya. <sup>3</sup> Begitu juga dengan informan 2, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Rabu tanggal 16 Agustus 2023, pukul 09.15 WIB di tempat yang sama, peneliti bertanya langsung kepada Saudari Natal K. Harefa sebagai SCO PT. JNE *Express*, informan 2 menyatakan bahwa:

“Seperti halnya dengan perusahaan logistik lainnya, tidak selalu dapat dihindari bahwa terkadang kesalahan atau masalah dapat terjadi dalam proses pengiriman barang. Ini bisa meliputi keterlambatan pengiriman, kerusakan barang, atau masalah lainnya. Dalam hal ini, penting bagi PT. JNE *Express* untuk memiliki sistem penanganan komplain yang efektif dan responsif serta memberikan waktu untuk menanganinya.”

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa pihak PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli selalu memberikan waktu dan bertanggungjawab atas komplain pelanggan, <sup>3</sup> begitu juga informan 3, <sup>6</sup> dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Rabu tanggal 16 Agustus 2023, pukul 09.30 WIB di tempat yang sama, peneliti bertanya langsung kepada Saudara Firman J. Lahagu, A.Md sebagai Driver, informan 3 menyatakan bahwa:

“Pihak PT. JNE *Express* selalu menjaga agar pelanggannya tetap memiliki rasa percaya kepada perusahaan dengan merespon setiap komplain dari pelanggan dengan memberikan waktu berinteraksi dengan baik untuk menangani masalah yang terjadi”

## **2. Tingkat keberhasilan dalam menangani komplain pelanggan dengan menggunakan layanan *quick response***

Berdasarkan hasil wawancara kepada Bapak Tukari Buulolo sebagai Kepala Cabang PT. JNE Express pada hari Rabu tanggal 16 Agustus 2023, pukul 09.45 WIB bertempat di Kantor JNE *Express* Cabang Gunungsitoli ditemukan bahwa penggunaan layanan *quick response* atau respons cepat dalam menangani komplain pelanggan dapat memiliki dampak positif yang signifikan pada tingkat keberhasilan dalam penanganan komplain. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada Kepala Cabang PT. JNE *Express*, informan 1 menyatakan bahwa:

“Dalam dunia bisnis yang kompetitif dan berorientasi pada kepuasan pelanggan, respons cepat merupakan salah satu faktor kunci dalam membangun hubungan baik dengan pelanggan dan menjaga reputasi perusahaan. Respons cepat menunjukkan perhatian dan kepedulian perusahaan terhadap masalah yang dihadapi oleh pelanggan. Ini dapat memberikan rasa kepuasan kepada pelanggan, karena pelanggan merasa didengarkan dan dihargai. Pelanggan yang puas lebih mungkin untuk tetap setia dan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain.”.

Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa keberhasilan penanganan komplain pelanggan tercapai dengan menggunakan layanan *quick response*. Begitu juga dengan informan 3, dengan menggunakan pertanyaan yang sama, pada hari Rabu tanggal 16 Agustus 2023, pukul 10.00 WIB bertempat di Kantor PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli peneliti bertanya langsung kepada Saudara Saro Zebua sebagai Kurir pada PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli, informan 4 menyatakan bahwa:

“Respons cepat dan efektif terhadap komplain dapat membantu membangun reputasi perusahaan sebagai yang responsif, dapat diandalkan, dan peduli terhadap kebutuhan pelanggan. Ini bisa menjadi nilai tambah yang signifikan dalam persaingan pasar dan membantu membedakan perusahaan dari pesaing.”

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa respon cepat sangat penting untuk menangani komplain pelanggan, begitu juga informan 5, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Rabu tanggal 16 Agustus 2023, pukul 10.00 WIB bertempat di Kantor

PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli, peneliti bertanya langsung kepada Saudara Lukas Dawolo sebagai kurir, informan 5 menyatakan bahwa:

“Respons cepat yang diterapkan oleh PT. JNE *Express* cabang Gunungsitoli dapat membantu membangun kepercayaan antara perusahaan dan pelanggan. Pelanggan akan lebih cenderung merasa nyaman dalam melakukan bisnis dengan perusahaan yang menunjukkan keterbukaan dan kemauan untuk mengatasi masalah.”

### 3. Ketersediaan layanan *quick response* di PT. JNE *Express*

Berdasarkan hasil wawancara kepada Saudari Natal K. Harefa sebagai SCO PT. JNE *Express* pada hari Rabu tanggal 16 Agustus 2023, pukul 10.15 WIB bertempat di Kantor PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli ditemukan bahwa layanan *quick respons* tersedia dan digunakan oleh PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada SCO PT. JNE *Express*, informan 2 menyatakan bahwa:

“Layanan *quick response* yang efektif bisa memberikan beberapa manfaat seperti meningkatkan kepuasan pelanggan, mencegah eskalasi komplain, meningkatkan reputasi perusahaan, dan sebagainya. Demikian juga PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli menerapkan dan menggunakan layanan *quick response* dalam aktivitasnya dan terlebih dalam penanganan komplain pelanggan bila ada, sehingga keluhan pelanggan tertangani dengan cepat.

3 Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa layanan *quick response* belum diterapkan di PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli. 3 Begitu juga dengan informan 3, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Rabu tanggal 16 Agustus 2023, pukul 10.30 WIB bertempat di Kantor PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli, peneliti bertanya langsung kepada Saudara Firman J. Lahagu, A.Md sebagai Driver, informan 3 menyatakan bahwa:

“Layanan *quick response* yang diterapkan di PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli sangat efektif dan cepat untuk menangani permohonan komplain pelanggan selama ini dan dilakukan dengan tanggap kepada para pelanggan dan melakukan tindakan tanggungjawab”

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa layanan *quick response* sangat efektif diterapkan di PT. JNE Express Cabang Gunungsitoli, begitu juga informan 5, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Rabu tanggal 16 Agustus 2023, pukul 10.45 WIB bertempat di Kantor PT. JNE Express Cabang Gunungsitoli, peneliti bertanya langsung kepada Saudara Lukas Dawolo sebagai Kurir, informan 5 menyatakan bahwa:

“Penggunaan layanan *quick response* sangat penting untuk menangani komplain pelanggan, layanan ini sangat efektif dan cepat ketika digunakan di PT. JNE Express Cabang Gunungsitoli untuk menangani komplain pelanggan oleh karyawan yang ditugaskan khusus untuk hal tersebut”

#### 4. Kesesuaian informasi yang disediakan melalui *quick response*

Berdasarkan hasil wawancara kepada Saudara Tukari Buulolo sebagai Kepala Cabang PT. JNE Express pada hari Rabu tanggal 16 Agustus 2023, pukul 11.00 WIB bertempat di Kantor PT. JNE Express Cabang Gunungsitoli ditemukan bahwa *quick response* sangat efisien dan praktis. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada Kepala Cabang PT. JNE Express, informan 1 menyatakan bahwa:

“QR code dapat dengan cepat menghubungkan pengguna ke informasi lebih lanjut dengan hanya pemindaian singkat menggunakan ponsel pintar. Ini sangat efisien dan dapat menghemat waktu pengguna, terutama jika informasi yang dibutuhkan cukup detail atau kompleks.”

Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa *quick response* sangat sesuai pada penggunaan pada PT. JNE Express. Begitu juga dengan informan 2, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Rabu tanggal 16 Agustus 2023, pukul 11.15 WIB bertempat di Kantor PT. JNE Express Cabang Gunungsitoli, peneliti bertanya langsung kepada Saudari Natal K. Harefa sebagai SCO PT. JNE Express Cabang Gunungsitoli, informan 2 menyatakan bahwa:

“*Quick response* atau QR code sangat efektif untuk mendukung usaha dibagian logistic ini dan dapat dengan cepat

menghubungkan antara pengguna ke informasi lebih cepat hanya dengan menggunakan ponsel pintar. Ini sangat efisien dan dapat menghemat waktu pengguna, terutama jika informasi yang dibutuhkan cukup detail atau kompleks sehingga hal ini dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan”

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa *quick response* relevan penggunaannya pada PT. JNE Express, begitu juga informan 5, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Rabu tanggal 16 Agustus 2023, pukul 11.30 WIB bertempat di Kantor PT. JNE Express Cabang Gunungsitoli, peneliti bertanya langsung kepada Saudara Lukas Dawolo sebagai Kurir PT. JNE Express Cabang Gunungsitoli, informan 5 menyatakan bahwa:

“*Quick response* atau QR code sangat tetap dan sesuai untuk mendukung usaha dibagian pengiriman barang ini dan dapat dengan cepat memberikan informasi kepada pengguna secara cepat hanya dengan menggunakan ponsel pintar.”

##### 5. Tingkat penggunaan *quick response* di PT. JNE Express

Berdasarkan hasil wawancara kepada Saudari Natal K. Harefa sebagai SCO PT. JNE Express cabang Gunungsitoli pada hari Rabu tanggal 16 Agustus 2023, pukul 11.45 WIB bertempat di Kantor PT. JNE Express Cabang Gunungsitoli ditemukan bahwa tingkat penggunaan *quick response* pada PT. JNE Express Cabang Gunungsitoli sangat berperan aktif. Dalam hal ini, peneliti bertanya SCO PT. JNE Express Cabang Gunungsitoli, informan 2 menyatakan bahwa:

“Pada saat itu, *QR codes* sudah menjadi semakin umum digunakan di berbagai sektor, termasuk industri pengiriman dan logistik seperti yang dijalankan oleh PT. JNE Express. Tingkat penggunaan layanan ini semakin menjadi hal penting untuk menjalankan usaha agar pelanggan tetap stabil dan mengalami kepuasan atas layanan tersebut”.

Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa perlunya layanan *quick response* atau *QR Codes*. Begitu juga dengan informan 3, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Rabu tanggal 16 Agustus 2023, pukul 12.00 WIB bertempat di Kantor PT. JNE



*Express* Cabang Gunungsitoli, peneliti bertanya langsung kepada Saudara Firman J. Lahagu, A.Md sebagai Driver, informan 3 menyatakan bahwa:

“*Quick Response* atau *QR code* adalah bentuk teknologi yang banyak digunakan di berbagai industri, termasuk logistik dan pengiriman seperti yang dijalankan oleh PT. JNE Express. *Quick Response* atau *QR code* digunakan untuk memfasilitasi berbagai aspek bisnis, seperti pelacakan pengiriman, pembayaran, pengumpulan informasi, dan interaksi pelanggan dan penanganan complain pelanggan sehingga tingkat penggunaannya semakin tinggi untuk memperlancar proses kerja perusahaan.”

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa tingkat penggunaan *quick response* semakin tinggi, begitu juga informan 4, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Rabu tanggal 16 Agustus 2023, pukul 12.15 WIB bertempat di Kantor PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli, peneliti bertanya langsung kepada Saudara Saro Zebua sebagai Kaur Kurir PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli, informan 4 menyatakan bahwa:

“Penggunaan *quick response* atau *QR Code* merupakan system dan peralatan yang sangat penting dalam melaksanakan aktifitas PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli maka penggunaan *quick response* atau *QR Code* semakin meningkat untuk membantu kelancaran proses pengiriman barang kepada para pelanggan dan juga dalam penanganan komplain pelanggan yang lebih cepat dan efektif”

#### **6. Tingkat kepuasan pengguna layanan *quick response* PT. JNE Express**

Berdasarkan hasil wawancara kepada Saudara Ines Nifilinia Lase sebagai pelanggan pada PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli pada hari Sabtu tanggal 19 Agustus 2023, pukul 09.30 WIB bertempat di rumah Informan bahwa pelanggan sangat puas atas layanan *quick response* yang digunakan sebagai alat untuk pemberi informasi. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada Pelanggan PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli, informan 6 menyatakan bahwa:

“PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli berkomunikasi dengan penggunaan *quick response* atau *QR code*, memberikan panduan, dan merespons masalah atau pertanyaan dari pelanggan juga sehingga berdampak pada kepuasan pengguna dan terlebih kepada para pelanggan karena aksesnya yang mudah dan cepat”.

3 Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa layanan 4 *quick response* memberikan kepuasan kepada pengguna dan pelanggan. 5 Begitu juga dengan informan 7, dengan menggunakan pertanyaan yang 6 sama pada hari Sabtu tanggal 19 Agustus 2023, pukul 10.00 WIB bertempat di rumah Informan, peneliti bertanya langsung kepada Erjer Gea sebagai pelanggan pada PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli, informan 7 menyatakan bahwa:

“*Quick response* atau *QR code* digunakan untuk memberikan manfaat tambahan, seperti promosi, atau akses lebih mudah ke informasi penting, ini dapat meningkatkan tingkat kepuasan para pelanggan dalam menggunakan jasa PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli karena harapan dan keinginan dari pelanggan terwujud dalam pengiriman dan penerimaan barang atau paket”

3 Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa layanan 4 *quick response* memberikan kepuasan kepada para pelanggan, begitu 5 juga informan 7, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari 6 Sabtu tanggal 19 Agustus 2023, pukul 10.30 WIB bertempat di rumah Informan, peneliti bertanya langsung kepada Saudari Wita Daeli, S.Pd sebagai pelanggan pada PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli, informan 7 menyatakan bahwa:

“Penggunaan *quick response* atau *QR code* menghasilkan pengalaman yang lebih cepat dan efisien dalam proses seperti pelacakan pengiriman atau pembayaran. Dengan demikian layanan ini memberikan dampak kepuasan kepada para pelanggan”

## 7. Kenyamanan penggunaan layanan QR bagi pengguna akhir di PT. JNE *Express*

Berdasarkan hasil wawancara kepada Saudari Ines Nifilinia Lase sebagai pelanggan pada PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli pada 6 tanggal hari Sabtu tanggal 19 Agustus 2023, pukul 11.00 WIB

bertempat di rumah Informan, ditemukan bahwa penggunaan layanan *quick response* memberikan kenyamanan. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada pelanggan tetap pada PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli, informan 6 menyatakan bahwa:

“Kenyamanan penggunaan layanan *Quick Response (QR)* bagi pengguna akhir sangat penting dalam menilai efektivitas dan penerimaan teknologi ini. Ada beberapa kenyamanan penggunaan layanan QR bagi pengguna akhir yaitu simple, tidak memerlukan alat tambahan yang rumit.”

Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa layanan *quick response* memberikan kenyamanan kepada pengguna dan juga kepada pelanggan. Begitu juga dengan informan 8, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Sabtu tanggal 19 Agustus 2023, pukul 11.30 WIB bertempat di rumah Informan, peneliti bertanya langsung kepada Saudari Wita Daeli, S.Pd sebagai pelanggan pada PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli, informan 8 menyatakan bahwa:

“Pengguna akan merasa nyaman karena ada jaminan bahwa data pribadi dan informasi sensitif para pelanggan aman dan tidak akan disalahgunakan oleh pihak lain. Kemudian Pengguna ingin melihat hasil dari pemindaian *QR code* secara cepat. Setelah memindai, informasi yang relevan harus ditampilkan dengan cepat dan tindakan selanjutnya harus jelas sehingga layanan ini memberikan kenyamanan bagi pelanggan”

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa sama dengan pendapat informan sebelumnya yaitu layanan *quick response* memberikan kenyamanan kepada pengguna dan pelanggan, begitu juga informan 9, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Sabtu tanggal 19 Agustus 2023, pukul 12.00 WIB bertempat di rumah Informan, peneliti bertanya langsung kepada Ibu Ina Quesha sebagai pelanggan tetap pada PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli, informan 9 menyatakan bahwa:

“Layanan QR relevan dan bermanfaat bagi pengguna. Layanan ini memberikan nilai tambah yang nyata atau memudahkan proses tertentu dalam kegiatan seperti pemesanan barang secara *online*,

pengguna merasa nyaman dengan menggunakan QR code. Selain itu, layanan QR code harus mudah diakses dan tersedia di berbagai tempat yang relevan, sehingga pengguna dapat dengan mudah menggunakannya saat diperlukan khususnya dalam memesan barang secara *online*”

#### **8. Jumlah *quick response* yang tersedia bagi pengguna di PT. JNE Express**

Berdasarkan hasil wawancara kepada Sudara Tukari Buulolo sebagai Kepala Cabang PT. JNE Express pada hari Senin tanggal 21 Agustus 2023, pukul 09.30 WIB bertempat di Kantor PT. JNE Express Cabang Gunungsitoli ditemukan bahwa layanan *quick response* di PT. JNE Express Cabang Gunungsitoli tergantung situasi. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada Kepala Cabang PT. JNE Express, informan 1 menyatakan bahwa:

“Layanan *quick response* digunakan untuk semua kegiatan yang menggunakan digital, tujuannya untuk mempercepat proses kerja dan informasi yang akurat dalam perusahaan pengiriman paket dan juga dalam penanganan komplain pelanggan”.

Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa jumlah layanan *quick response* yang diterapkan di PT. JNE Express Cabang Gunungsitoli tergantung situasi. Begitu juga dengan informan 3, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Senin tanggal 21 Agustus 2023, pukul 09.45 WIB bertempat di Kantor PT. JNE Express Cabang Gunungsitoli, peneliti bertanya langsung kepada Saudara, informan 3 menyatakan bahwa:

“Layanan *quick response* yang digunakan untuk semua kegiatan perusahaan karena rata-rata menggunakan digital, tujuannya untuk mempercepat proses kerja dan adanya informasi yang akurat dalam perusahaan untuk pengiriman paket dan keperluan lain sesuai kebutuhan perusahaan”

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa jumlah layanan *quick respon* yang digunakan tergantung situasi dan keadaan perusahaan, begitu juga informan 5, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Senin tanggal 21 Agustus 2023, pukul 09.45 WIB

bertempat di Kantor PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli, peneliti bertanya langsung kepada Saudara Lukas Dawolo sebagai Kurir pada PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli, informan 5 menyatakan bahwa:

“Layanan *quick response* di PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli sangat berpengaruh dalam pelaksanaan kegiatan usaha maka jumlahnya tergantung situasi khususnya dalam pemberian layanan pengiriman paket kepada pelanggan dan juga untuk penanganan komplain pelanggan.”

#### **9. Tingkat penerimaan dalam menggunakan layanan *quick respon* di PT. JNE *Express***

Berdasarkan hasil wawancara kepada Saudara Wita Daeli, S.Pd sebagai pelanggan pada PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli pada hari layanan *quick response* semakin meningkat. Dalam hal ini, Senin tanggal 21 Agustus 2023, pukul 10.35 WIB bertempat di rumah kediaman informan, ditemukan bahwa tingkat penerimaan dalam menggunakan peneliti bertanya kepada pelanggan PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli, informan 8 menyatakan bahwa:

“Tingkat penerimaan dalam menggunakan layanan *Quick Response (QR)* telah tumbuh secara signifikan selama beberapa tahun terakhir. Layanan *quick response* sangat diterima dalam perusahaan”

Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa layanan *Quick Response (QR)* diterima oleh perusahaan dan juga oleh para pelanggan. Begitu juga dengan informan 9, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Senin tanggal 21 Agustus 2023, pukul 11.00 WIB bertempat di rumah kediaman informan, peneliti bertanya langsung kepada Saudara Ina Queesha sebagai pelanggan tetap pada PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli, informan 9 menyatakan bahwa:

“QR code sangat mudah digunakan. Pengguna hanya perlu mengarahkan kamera ponsel mereka ke kode QR untuk memindainya, tanpa perlu memasukkan data secara manual. Ini menjadikannya cara yang cepat dan nyaman untuk berinteraksi dengan informasi atau layanan tertentu, sehingga layanan *quick response* sangat diterima penggunaannya dalam perusahaan pengiriman paket/barang di PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli”.

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa layanan *quick response* sangat diterima, begitu juga informan 10, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Rabu tanggal 12 Juli 2023, pukul 11.30 WIB bertempat di rumah kediaman informan, peneliti bertanya langsung kepada Ibu Ina Rifal Lase sebagai pelanggan tetap pada PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli, informan 10 menyatakan bahwa:

“Oleh karena mudah penggunaannya maka layanan *quick response* menjadikan kegiatan perusahaan menjadi cara yang cepat dan nyaman untuk berinteraksi dengan informasi atau layanan tertentu, sehingga layanan *quick response* sangat diterima penggunaannya dalam perusahaan pengiriman paket/barang di PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli”

#### **10. Langkah konkret yang diambil PT. JNE *Express* untuk menjamin kesungguhan dan ketulusan dalam komunikasi dengan konsumen**

Berdasarkan hasil wawancara kepada Saudari Natal K. Harefa sebagai SCO PT. JNE *Express* pada hari Selasa tanggal 22 Agustus 2023, pukul 09.00 WIB bertempat di Kantor PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli ditemukan bahwa JNE *Express* cabang Gunungsitoli berupaya semaksimal mungkin untuk membangun kepercayaan konsumen. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada Kepala Desa, informan 2 menyatakan bahwa:

“Penting bagi perusahaan PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli untuk memastikan kesungguhan dan ketulusan dalam komunikasi dengan konsumen guna membangun hubungan yang kuat, memperoleh kepercayaan, dan memastikan kepuasan pelanggan.”

Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa perusahaan berupaya untuk membangun kepercayaan konsumen. Begitu juga dengan informan 4, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Selasa tanggal 22 Agustus 2023, pukul 09.15 WIB bertempat di Kantor PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli, peneliti

bertanya langsung kepada Saudara Saro Zebua sebagai Kurir pada PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli, informan 4 menyatakan bahwa:

“Dengan mengambil langkah-langkah konkret untuk menata dengan baik kegiatan perusahaan PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli maka akan dapat membangun citra yang positif, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan memastikan kesungguhan dan ketulusan dalam setiap aspek komunikasi dengan pelanggan.”

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli berupaya membangun kepercayaan konsumen, begitu juga informan 5, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Selasa tanggal 22 Agustus 2023, pukul 09.30 WIB bertempat di Kantor PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli, peneliti bertanya langsung kepada Saudara Lukas Dawolo, informan 5 menyatakan bahwa:

“PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli terus berupaya meningkatkan cara perusahaan berkomunikasi dengan konsumen. Belajar dari masalah yang muncul dan memperbaiki proses komunikasi, memastikan kualitas layanan konsisten dari awal hingga akhir. Termasuk proses pengiriman, layanan pelanggan, dan penanganan masalah. Memastikan perusahaan memenuhi janji atau komitmen yang diberikan kepada konsumen, baik dalam hal waktu pengiriman, kualitas layanan, atau aspek lainnya serta memastikan bahwa semua informasi yang disampaikan kepada konsumen adalah jelas, akurat, dan sesuai dengan kenyataan. Menghindari memberikan informasi yang membingungkan atau menyesatkan, semua hal tersebut merupakan jaminan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan”.

#### **11. Kemampuan PT. JNE *Express* dalam menyediakan, melayani, sampai mengamankan transaksi dari gangguan pihak lain**

Berdasarkan hasil wawancara kepada Saudara Tukari Buulolo sebagai Kepala Cabang PT. JNE *Express* Gunungsitoli pada hari hari Selasa tanggal 22 Agustus 2023, pukul 09.45 WIB bertempat di Kantor PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli, ditemukan bahwa PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli memiliki kemampuan dalam memberkan pelayanan kepada pelanggan. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada

Kepala Cabang PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli, informan 1 menyatakan bahwa:

“PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli memiliki reputasi yang baik untuk memberikan layanan pengiriman yang handal dan cepat. Kemampuan perusahaan dalam mengantarkan paket dengan tepat waktu dan dengan kondisi yang baik. Upaya ini merupakan salah satu aspek penting yang bisa memberikan kepuasan kepada pelanggan.”

Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli memiliki kemampuan dalam menjaga kepuasan pelanggan. Begitu juga dengan informan 2, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Selasa tanggal 22 Agustus 2023, pukul 10.00 WIB bertempat di Kantor PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli, peneliti bertanya langsung kepada Natal K. Harefa, informan 2 menyatakan bahwa:

“PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang pengiriman sangat serius dalam menjaga keamanan paket yang mereka kirimkan. Perusahaan memiliki prosedur dan langkah-langkah keamanan dalam penanganan, penyimpanan, dan pengiriman paket. Namun, gangguan dari pihak lain seperti pencurian atau kerusakan dapat terjadi dalam situasi tertentu, dan perusahaan memiliki kebijakan untuk mengatasi kasus-kasus semacam itu dengan memperketat keamanan para kurir.”

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa PT. JNE *Express* memiliki kemampuan menjaga keselamatan paket yang dikirim, begitu juga informan 3, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Selasa tanggal 22 Agustus 2023, pukul 10.15 WIB bertempat di Kantor PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli, peneliti bertanya langsung kepada Saudara Firman J. Lahagu, A.Md sebagai Driver PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli, informan 3 menyatakan bahwa:

“PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli memiliki kemampuan dalam memberikan layanan pelanggan yang baik. Perusahaan memiliki layanan pelanggan yang siap membantu dalam menangani pertanyaan, keluhan, atau masalah yang mungkin timbul selama pengiriman. Penting untuk diingat bahwa tidak ada



perusahaan yang sepenuhnya terbebas dari potensi gangguan atau masalah yang diakibatkan oleh pihak lain. Gangguan seperti cuaca buruk, perubahan jadwal, atau masalah operasional mungkin terjadi di luar kendali perusahaan pengiriman. Oleh karena itu, sebelum menggunakan layanan pengiriman, disarankan untuk membaca ulasan pelanggan, memahami kebijakan pengembalian atau kompensasi, dan mempertimbangkan opsi asuransi jika dianggap perlu tanpa merugikan pihak perusahaan maupun pelanggan.”

## **12. Integritas PT. JNE Express dalam membangun kepercayaan konsumen**

Berdasarkan hasil wawancara kepada Saudari Natal K. Harefa sebagai SCO PT. JNE Express Cabang Gunungsitoli pada hari Selasa tanggal 22 Agustus 2023, pukul 10.30 WIB bertempat di Kantor PT. JNE Express Cabang Gunungsitoli, ditemukan bahwa PT. JNE Express memiliki integritas dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada SCO PT. JNE Express Cabang Gunungsitoli, informan 2 menyatakan bahwa:

“Integritas adalah dasar yang sangat penting dalam membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan antara perusahaan dan konsumennya dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan dan keamanan data.”

Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa PT. JNE Express Cabang Gunungsitoli memiliki integritas dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Begitu juga dengan informan 3, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Selasa tanggal 22 Agustus 2023, pukul 10.45 WIB bertempat di Kantor PT. JNE Express Cabang Gunungsitoli, peneliti bertanya langsung kepada Saudara Firman J. Lahagu, A.Md sebagai Driver PT. JNE Express Cabang Gunungsitoli, informan 3 menyatakan bahwa:

“Integritas yang dimiliki PT. JNE Express Cabang Gunungsitoli selain dari pendapat di atas adalah responsif dan baik dalam mengatasi pertanyaan, masalah, atau keluhan konsumen. Ketika perusahaan dengan cepat merespon dan mengatasi masalah konsumen, ini menunjukkan bahwa mereka memprioritaskan kepuasan konsumen di atas segalanya.”

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli mempertahankan integritas dalam melayani pelanggan, begitu juga informan 5, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Selasa tanggal 22 Agustus 2023, pukul 11.00 WIB bertempat di Kantor PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli, peneliti bertanya langsung kepada Saudara Lukas Dawolo sebagai Kurir PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli, informan 6 menyatakan bahwa:

“PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli memiliki integritas, terlihat dalam kualitas layanan yang diberikan. Menyediakan layanan yang sesuai dengan apa yang dijanjikan dan mengirimkan paket dalam kondisi baik dapat menghasilkan kepercayaan konsumen yang lebih besar.”

Dalam pengembangan kepercayaan konsumen, perusahaan perlu konsisten dalam mempraktikkan nilai-nilai integritas dalam semua interaksi bisnisnya. Kualitas ini dapat membangun reputasi positif dan menciptakan ikatan kuat antara perusahaan dan konsumen.

#### 4.2 Pembahasan

Layanan *Quick Response* sangat penting dalam mengatasi keluhan pelanggan dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan, seperti PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli. Ini adalah salah satu cara untuk mendemonstrasikan integritas, tanggung jawab, dan fokus pada kepuasan pelanggan. Berikut urgensi layanan *Quick Response* untuk mengatasi keluhan pelanggan pada PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli, yaitu:

1. Tanggapan cepat terhadap masalah

Ketika pelanggan menghadapi masalah atau keluhan terkait layanan atau produk, tanggapan cepat sangat penting. Layanan *Quick Response* memungkinkan PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli untuk segera merespons keluhan dan mencari solusi yang memuaskan bagi pelanggan.

Dengan merespon masalah dengan cepat, perusahaan dapat menghindari penumpukan masalah yang dapat merusak citra perusahaan.

2. Meningkatkan kepuasan pelanggan

Pelanggan yang merasa dihargai dan didengarkan cenderung lebih puas dengan pengalaman yang diterima. Dengan memiliki layanan *Quick Response* yang efektif, PT. JNE Express Cabang Gunungsitoli dapat menunjukkan bahwa perusahaan peduli dengan kebutuhan dan masalah pelanggan. Ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan membuat pelanggan merasa bahwa perusahaan berusaha untuk memberikan solusi yang terbaik.

3. Membangun kepercayaan dan reputasi

Kemampuan untuk merespon dengan cepat terhadap komplain pelanggan mencerminkan dedikasi perusahaan untuk menjaga kepuasan pelanggan. Ini membantu membangun reputasi perusahaan sebagai entitas yang dapat diandalkan, berintegritas, dan peduli terhadap konsumen. Kepercayaan yang dibangun melalui respons cepat dapat mendorong pelanggan untuk tetap setia dan bahkan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain.

4. Menjaga pertumbuhan bisnis

Pelanggan yang puas dan merasa didengarkan lebih cenderung untuk melakukan pembelian ulang dan mempertahankan loyalitas terhadap merek. Layanan *Quick Response* yang efektif dapat membantu PT. JNE Express Cabang Gunungsitoli dalam mempertahankan pelanggan, yang pada gilirannya dapat berkontribusi pada pertumbuhan bisnis jangka panjang.

5. Meminimalkan dampak negatif

Bahkan jika masalah tak terelakkan, merespon komplain dengan cepat dapat membantu meminimalkan dampak negatif yang mungkin timbul. Pelanggan akan lebih memahami jika mereka melihat bahwa perusahaan mengambil langkah-langkah aktif untuk mengatasi situasi dan memberikan solusi.

6. Peningkatan perbaikan dan inovasi

Dengan terus memantau dan merespons komplain pelanggan, PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli dapat mendapatkan wawasan berharga tentang area-area yang perlu ditingkatkan. Informasi ini dapat membantu perusahaan dalam melakukan perbaikan berkelanjutan pada layanan mereka. Respons cepat terhadap komplain juga mendorong inovasi dalam memenuhi harapan pelanggan.

#### 7. Menghindari eskalasi komplain

Ketika komplain pelanggan tidak ditangani dengan cepat dan efektif, ada kemungkinan komplain tersebut akan meningkat menjadi masalah yang lebih besar. Dalam beberapa kasus, pelanggan yang tidak puas dapat membagikan pengalaman negatif mereka secara luas melalui media sosial atau ulasan online. Dengan memiliki layanan *Quick Response* yang baik, perusahaan dapat menghindari eskalasi komplain dan potensi kerusakan reputasi.

Dalam konteks industri layanan pengiriman seperti PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli, di mana interaksi dengan pelanggan berfokus pada pengiriman barang, Layanan *Quick Response* dapat menjadi pembeda yang signifikan dalam pasar yang kompetitif. Dengan merespons komplain pelanggan dengan cepat, memprioritaskan kepuasan pelanggan, dan menunjukkan komitmen untuk memecahkan masalah, perusahaan dapat membangun hubungan yang kuat dan memperkuat kepercayaan pelanggan.

#### 4.2.1 Hasil Penelitian Berdasarkan Rumusan Masalah

Dalam pelaksanaan penelitian ini, terdapat beberapa jawaban hasil penelitian atas rumusan masalah, yaitu:

1. Bagaimana layanan *quick response* guna mengatasi komplain pelanggan dalam meningkatkan kepercayaan konsumen pada PT. JNE *Express*

Layanan *Quick Response* (QR) dapat sangat berguna dalam mengatasi komplain pelanggan dan meningkatkan kepercayaan konsumen pada PT. JNE *Express* secara umum. PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli menggunakan *Quick Response* untuk pengecekan barang yang telah

masuk dan barang paket yang akan dikeluarkan atau dikirim ke alamat penerima dan juga untuk menangani komplain pelanggan secara cepat dan efektif.

Dengan adanya layanan *quick response*, PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli lebih cepat, efisien dan efektif untuk menangani dan menyelesaikan komplain pelanggan yang terjadi di wilayah kerja Gunungsitoli sehingga penanganan cepat tersebut memberikan suatu dampak yang positif bagi perusahaan yaitu pelanggan semakin percaya dan loyal atas layanan PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli.

2. Bagaimana pola layanan *quick response* guna mengatasi komplain pelanggan dalam meningkatkan kepercayaan konsumen pada PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli.

Pola layanan *Quick Response* adalah pendekatan yang sangat penting dalam mengatasi komplain pelanggan dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Untuk mengimplementasikannya dalam PT. JNE *Express* secara umum, ada beberapa pola layanan *quick response* yang diterapkan yaitu: membentuk tim penanganan komplain, pemantauan komplain, melakukan tindakan respon cepat, menganalisa akar masalah dan penyelesaian masalah.

3. Apa kendala layanan *quick response* guna mengatasi komplain pelanggan dalam meningkatkan kepercayaan konsumen pada PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli.

Layanan *quick response* secara umum digunakan oleh PT. JNE *Express* dalam menjalankan kegiatannya termasuk menangani komplain pelanggan. PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli dalam penanganan komplain pelanggan menggunakan layanan *quick response* walaupun tingkat komplain sangat rendah sehingga komplain pelanggan tersebut dapat lebih cepat ditangani secara langsung melalui tahapan dalam mengajukan komplain kepada perusahaan antara pelanggan yang komplain dengan karyawan. Dengan demikian tidak ada kendala dalam penerapan layanan *quick response* dalam hal pengecekan barang dan pengiriman barang ke alamat pelanggan serta

penanganan complain justru layanan quick response tersebut sangat tepat, cepat, efektif dan efisien digunakan. Hal ini membuat para konsumen mendapatkan jaminan terhadap barang produk yang dikirim dan diterima.

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli, maka peneliti memberikan kesimpulan bahwa secara keseluruhan, layanan *Quick Response* memiliki urgensi yang sangat penting dalam konteks PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli untuk mengatasi komplain pelanggan dan secara signifikan meningkatkan kepercayaan konsumen. Berikut adalah kesimpulan tentang urgensi layanan tersebut, antara lain:

1. Mengatasi masalah dengan cepat, yaitu bahwa layanan *Quick Response* memungkinkan PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli untuk merespon komplain pelanggan dengan cepat. Layanan *quick response* tersebut diterapkan sepenuhnya walaupun tingkat komplain pelanggan tergolong minim. Kemampuan untuk mengatasi masalah dengan cepat dengan teknologi canggih sangat membantu perusahaan untuk menghindari eskalasi masalah, meminimalkan dampak negatif, dan memastikan bahwa pelanggan merasa dihargai.
2. Meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara memberikan respons yang cepat dan efektif terhadap komplain pelanggan secara langsung sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan. Ini memberikan pengalaman positif kepada pelanggan yang merasa bahwa perusahaan mendengarkan dan peduli terhadap masalah mereka.
3. Dengan menghadirkan layanan *Quick Response*, PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli dapat membangun kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Kemampuan untuk menghadapi masalah dengan transparan dan cepat menciptakan citra perusahaan yang handal dan berintegritas.
4. Dengan memberikan solusi yang cepat dan memuaskan, layanan *Quick Response* dapat membantu dalam mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan menciptakan pelanggan setia yang lebih kuat. Pelanggan

yang puas dengan respon perusahaan cenderung tetap setia dan berpotensi merekomendasikan perusahaan kepada orang lain.

Urgensi layanan *Quick Response* dalam mengatasi komplain pelanggan bagi PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli adalah kunci untuk membangun hubungan yang lebih kuat dengan konsumen. Dengan merespon dengan cepat, memberikan solusi yang memuaskan, dan menunjukkan komitmen untuk menjaga kepuasan pelanggan, perusahaan dapat memperkuat citra mereka sebagai mitra pengiriman yang handal dan dapat diandalkan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai urgensi layanan *quick response* guna mengatasi komplain pelanggan dalam meningkatkan kepercayaan konsumen pada PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli, maka saran yang diberikan ini semoga bermanfaat bagi perusahaan. Adapun saran-saran yang dikemukakan adalah sebagai berikut:

1. Disarankan kepada PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli agar meningkatkan layanan *Quick Response* untuk mengatasi kemungkinan terjadi komplain yang meningkat serta membentuk tim *response*.
2. Disarankan kepada PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli agar memberikan batas waktu penanganan komplain pelanggan sebagai upaya untuk menunjukkan komitmen dalam memberikan tanggapan yang cepat.
3. Disarankan kepada PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli agar memberikan pelatihan khusus bagi karyawan yang ditugaskan sebagai tim Customer Service termasuk dalam penanganan komplain pelanggan.
4. Disarankan kepada PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli agar mengkomunikasikan kepada pelanggan tentang langkah-langkah yang akan diambil untuk menangani komplain serta memberitahukan kepada pelanggan mengenai tahapan penyelesaian dan perkiraan waktu yang dibutuhkan.
5. Disarankan kepada PT. JNE *Express* Cabang Gunungsitoli agar saat merespon komplain, gunakan pendekatan yang personal dengan



menyebutkan nama pelanggan dan detail komplain, sehingga hal ini menunjukkan bahwa perusahaan benar-benar memperhatikan masalah individu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi Krismanto. (2019). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyaltas Nasabah*, Tesis Program Studi Magister Manajemen, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ferdinand. 2016. (2016). *Psikologi Konsumen*. Depok: PT.Rajagrafindo Persada.
- Gunasekaran, et., al., (2018). *Komunikasi Organisasi, Strategi dan Kompetensi*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.
- Jasfar, Farida. (2016). *Teori dan Aplikasi Sembilan Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa: Sumber Daya Manusia, Inovasi, Dan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ishak, A., & Luthfi, Z. (2019). *Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyaltas: Studi Tentang Peran Mediasi Switching Cost*. Jurnal Siasat Bisnis.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2019). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat., (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi, Edisi 13*, Jakarta: Salemba Empat.
- Morgan, R., & SD, H. (2018). *The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing*. *Journal of Marketing*, 20-38.
- Mulyana, Fitra., Y. (2016). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi resiko, dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Online: Study Pada Toko Online OLX.co.id*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Muhammad. (2018). *Manajemen Dana Bank Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Ramlall. (2019). *Sistem Pembayaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- R. Herlambang. 2021. *Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standar (QRIS) Terhadap Pengembangan UMKM Kota Medan*.
- Rofiq. (2016). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia.
- Rouillard, J. (2018). *Contextual QR Codes. InComputing in the Global Information Technology*. ICCGI'08. The Third International Multi-Conference.
- Simatupang & Sridharan. (2019). *Analisis dan Perancangan Kode Matriks Dua Dimensi Quick Response (QR) Code*. Skripsi. Universitas Sumatera Utara.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Suliyanto. (2016). *Metode Riset Bisnis*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Sunarto. (2018). *Pengantar Hukum Bisnis, Menata Bisnis Modern di Era Global*. Bandung: PT. Citra Aditya.
- Tjiptono, Fandy. (2017). *Perpektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*, Yogyakarta: Andi.
- Wanke, et al, (2018). *Business Research Methods (Eight Edition)*, (South Western, USA: Cengage Learning).

# URGENSI LAYANAN QUICK RESPONSE GUNA MENGATASI KOMPLAIN PELANGGAN DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA PT. JNE EXPRESS CABANG GUNUNGSITOLI

## ORIGINALITY REPORT

22%

SIMILARITY INDEX

23%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

13%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="https://etheses.uin-malang.ac.id">etheses.uin-malang.ac.id</a> Internet Source	4%
2	<a href="https://repository.uin-suska.ac.id">repository.uin-suska.ac.id</a> Internet Source	3%
3	<a href="https://repositori.uin-alauddin.ac.id">repositori.uin-alauddin.ac.id</a> Internet Source	2%
4	<a href="https://repository.umpri.ac.id">repository.umpri.ac.id</a> Internet Source	2%
5	<a href="https://repository.uinjkt.ac.id">repository.uinjkt.ac.id</a> Internet Source	2%
6	<a href="https://dlh.kulonprogokab.go.id">dlh.kulonprogokab.go.id</a> Internet Source	2%
7	Submitted to unars Student Paper	1%
8	<a href="https://repository.ar-raniry.ac.id">repository.ar-raniry.ac.id</a> Internet Source	1%

9	<a href="http://ejournal.unsrat.ac.id">ejournal.unsrat.ac.id</a> Internet Source	1 %
10	<a href="http://repo.uho.ac.id">repo.uho.ac.id</a> Internet Source	1 %
11	<a href="http://ejurnal.unisri.ac.id">ejurnal.unisri.ac.id</a> Internet Source	1 %
12	<a href="http://proceeding.unikal.ac.id">proceeding.unikal.ac.id</a> Internet Source	1 %
13	<a href="http://digilibadmin.unismuh.ac.id">digilibadmin.unismuh.ac.id</a> Internet Source	1 %
14	<a href="http://repository.unpas.ac.id">repository.unpas.ac.id</a> Internet Source	1 %
15	<a href="http://eprints.iain-surakarta.ac.id">eprints.iain-surakarta.ac.id</a> Internet Source	1 %

Exclude quotes  On

Exclude matches  < 1%

Exclude bibliography  On

# URGENSI LAYANAN QUICK RESPONSE GUNA MENGATASI KOMPLAIN PELANGGAN DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA PT. JNE EXPRESS CABANG GUNUNGSITOLI

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

GENERAL COMMENTS

**/0**

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12

PAGE 13

PAGE 14

PAGE 15

PAGE 16

PAGE 17

PAGE 18

PAGE 19

PAGE 20

---

PAGE 21

---

PAGE 22

---

PAGE 23

---

PAGE 24

---

PAGE 25

---

PAGE 26

---

PAGE 27

---

PAGE 28

---

PAGE 29

---

PAGE 30

---

PAGE 31

---

PAGE 32

---

PAGE 33

---

PAGE 34

---

PAGE 35

---

PAGE 36

---

PAGE 37

---

PAGE 38

---

PAGE 39

---

PAGE 40

---

PAGE 41

---

PAGE 42

---

PAGE 43

---

PAGE 44

---

PAGE 45

---

PAGE 46

---

PAGE 47

---

PAGE 48

---

PAGE 49

---

PAGE 50

---

PAGE 51

---

PAGE 52

---

PAGE 53

---

PAGE 54

---

PAGE 55

---

PAGE 56

---

PAGE 57

---

PAGE 58

---

PAGE 59

---

PAGE 60

---

PAGE 61

---

PAGE 62

---

PAGE 63

---

PAGE 64

---

PAGE 65

---

PAGE 66

---