

Pengaruh Kualitas Pelayanan Kantor Pos Terhadap Kepuasan Masyarakat Penerima Bantuan Langsung Tunai Di Kota Langsa (Studi Kasus Gampong Batee Puteh)

Ade Fadillah FW Pospos,¹⁾, Rana Zhafirah²⁾,
IAIN Langsa
ade.pospos@iainlangsa.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh pelayanan kantor Pos terhadap kepuasan penerima bantuan langsung tunai di Kota Langsa. Dalam Penelitian ini penulis mengambil data dari Gampong Batee Puteh sebagai salah satu gampong yang menerima bantuan langsung tunai dari pemerintah. Data yang diperoleh berasal dari responden yaitu masyarakat gampong Batee Puteh. Alat analisis yang digunakan yaitu statistik deskriptif. Adapun pengaruh pelayanan pelayanan kantor Pos terhadap kepuasan masyarakat penerima bantuan langsung tunai di Kota Langsa peneliti memperoleh hasil Dari hasil analisis Dari hasil uji T, menunjukkan bahwa variabel tangibel tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan penerima bantuan langsung tunai di Kantor POS Langsa Cabang Langsa. Sedangkan variabel Reliability (X₂), responsivines (X₃), dan Assurance (X₄) Emphaty (X₅) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan penerima bantuan BLT Kantor POS Langsa Cabang Langsa. Dari ketiga variabel yang signifikan tersebut, variabel Assurance mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan penerima bantuan BLT Kantor POS Langsa Cabang Langsa. uji F terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara serempak antara variabel tangible (X₁), Reliability (X₂), responsivines (X₃), Assurance (X₄) dan Emphaty (X₅) sebagai dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan penerima bantuan langsung tunai Kantor POS Langsa Cabang Langsa.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan Kantor POS, Kepuasan Masyarakat

ABSTRACT

This research was conducted to determine the effect of post office services on the satisfaction of direct cash assistance recipients in Langsa City. In this study the authors took data from Gampong Batee Puteh as one of the villages that received direct cash assistance from the government. The data obtained came from respondents, namely the Batee Puteh village community. The analytical tool used is descriptive statistics. As for the effect of post office services on the satisfaction of the recipients of direct assistance disbursed in Langsa City, the researchers obtained results from the results of the analysis of the results of the T test, indicating that the tangible variable did not have a significant effect on the satisfaction of recipients of direct assistance paid out at the Langsa Post Office, Langsa Branch. While the variables Reliability (X₂), Responsiveness (X₃), and Assurance (X₄) Empathy (X₅) have a significant influence on the satisfaction of recipients of BLT assistance at the Langsa POS Office, Langsa Branch. Of the three significant variables, the Assurance variable has a dominant influence on the satisfaction of BLT assistance recipients at the Langsa POS Office Langsa Branch. test F there is a positive and significant effect simultaneously between tangible variables (X₁), Reliability (X₂), responsiveness (X₃), Assurance (X₄) and Empathy (X₅) as dimensions of service quality on the satisfaction of direct cash assistance recipients at the Langsa POS Office, Langsa Branch.

Keywords: POS Office Service Quality, Community Satisfaction

1. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi ini persaingan antara lembaga jasa baik kantor POS atau non kantor POS sangat ketat dalam bentuk produk berupa barang atau jasa, yang bersaing untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada konsumen secara maksimal, karena tujuan bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada konsumen yang terbentuk dari kualitas pelayanan prima yang berkaitan erat dengan kepuasan terhadap jasa yang diberikan kepada konsumen. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para konsumen untuk menjalin ikatan saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik konsumen.

Pelayanan yang diberikan kantor Pos tidak cukup hanya berlandaskan Undang-Undang saja tetapi juga harus berorientasi pada pasar atau masyarakat sebagai pengguna pelayanan kantor POS. Pada saat ini Kantor POS tidak hanya menyediakan layanan pengiriman surat ataupun uang akan tetapi seiring perubahan zaman kantor POS mulai mengembangkan berbagai produk dan bekerjasama dengan perusahaan keuangan. Hal ini terkait dengan harapan masyarakat bahwa mereka berhubungan baik dengan kantor POS yang nyaman dan mudah dalam melakukan transaksi. Menarik dan mempertahankan konsumen pada zaman sekarang ini membutuhkan pendekatan berbeda. Pelayanan konsumen harus memiliki strategi pemasaran.¹

Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk kepentingan orang lain dan bukan sekedar bermaksud untuk melayani namun merupakan upaya untuk membangun suatu kerja sama jangka panjang dengan prinsip saling menguntungkan. Pelayanan yang baik adalah dapat mengerti keinginan konsumen dan senantiasa memberikan nilai tambah di mata konsumen. Selain itu pelayanan ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani saja tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati pelayanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya.² Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan apa yang dia terima dan harapannya. Seorang konsumen jika merasa dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi konsumen yang lama.³

Jadi harapan konsumen dari produk berupa barang atau pelayanan yang dikonsumsi dapat diterima dan dinikmatinya dengan pelayanan yang baik atau memuaskan. Kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat penerima bantuan langsung tunai, rasa puas dapat diukur melalui tingkat menyenangkan atau tidaknya pelayanan tersebut setelah di berikan kepada orang lain. Karena menurut Malayu S.p Hasibuan, pelayanan yang baik dan benar adalah jika pelayanan diberikan secara cepat, tepat, adil, ramah dan menyenangkan bagi orang yang dilayani.⁴ Pada observasi awal, diperoleh gambaran mengenai sistem pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Pelayanan yang ramah, keserasian seragam yang dikenakan para pegawai telah menutup aurat (bukti fisik) dan mengedepankan keinginan dan harapan konsumen, merupakan salah satu dari indikator kualitas pelayanan yang

¹ Wira Sutedja, *Panduan Pelayanan Konsumen*, (Jakarta: Grasindo, tt), h. 9.

² Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2003), h. 36.

³ Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis : Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis Secara Komprehensif* (Jakarta : Gramedia, 2005), h. 65.

⁴ Malayu S.p Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), h. 21.

telah diterapkan di Kantor POS Kota Langsa. Kanwil yang terletak di jalan Ahmad Yani, jalur lintas Medan-Peureulak.⁵

Pada saat ini pemerintah bekerjasama dengan lembaga keuangan dalam memberikan pelayanan pengiriman bantuan BLT, salah satunya yaitu kantor POS, dari hasil observasi awal yang peneliti lakukan di lapangan, peneliti menemukan bahwa pelayanan yang ditawarkan masih jauh dari yang diharapkan oleh masyarakat dimana terlihat masyarakat harus mengantri dengan antrian yang panjang baik panas maupun hujan, selain itu masih terdapat masyarakat yang mendapatkan bantuan tanpa harus mengantri. Selain itu untuk memperkuat data penulis melakukan wawancara dengan tiga orang penerima bantuan, salah satunya yaitu Ibu Nina, beliau mengatakan bahwa selama mengambil bantuan langsung tunai, masih terdapat masyarakat yang tidak mengantri, dengan dalih antriannya masih desanya namun yang mengantri dari desa lain juga ikut mengantri pada jadwal yang sama.⁶ Selain itu nara sumber Ibu Minda mengatakan seharusnya untuk orang yang sudah tua diberikan layanan khusus, namun dalam hal ini orang tua juga harus ikut mengantri.⁷ Adapun menurut Bapak Arif, pada saat ini pemerintah sudah menerapkan pengantaran bantuan langsung kerumah, dan sudah mulai diterapkan di beberapa kota, namun di kantor POS langsa Masih menggunakan sistem antrian yang membuat harus mengantri lama tanpa mengambil nomor.⁸

Berdasarkan permasalahan tersebut di atas penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut “Pengaruh Pelayanan Kantor Pos terhadap Kepuasan Masyarakat Penerima Bantuan langsung tunai di Kota Langsa”.

2.1 Kajian Teori

A. Konsep Pelayanan

Pelayanan hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu pelayanan merupakan sebuah proses. Sebagai proses, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat. Sedangkan menurut Groonros sebagaimana dikutip dalam Ratminto dan Atik.⁹ Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen.

Berbeda dengan Supranto mengatakan bahwa pelayanan atau pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak terwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan dari pada dimiliki, serta konsumen lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengonsumsi pelayanan tersebut.¹⁰

⁵ Hasil Observasi di Bank Syariah Mandiri Langsa. Pada Tanggal 10 Maret 2017.

⁶ Hasil Wawancara dengan Ibu Minda, Penerima Bantuan BLT di kantor POS Langsa Pada Tanggal 12 Januari 2021. Pukul 09.00Wib

⁷ Hasil Wawancara dengan Ibu Nina, Penerima Bantuan BLT di kantor POS Langsa Pada Tanggal 12 Januari 2021. Pukul 09.15Wib

⁸ Hasil Wawancara dengan Bapak Arif, Penerima Bantuan BLT di kantor POS Langsa Pada Tanggal 12 Januari 2021. Pukul 09.36Wib

⁹ Ratminto dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen pelayanan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), h. 175.

¹⁰ Supranto, J. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan. Pangsa Pasar*, Cetakan Ketiga, (Jakarta: PT.Rineka Cipta 2006), h. 228.

Sedangkan menurut Sampara dalam sebagaimana dikutip oleh Sinambela pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan masyarakat.¹¹

Berdasarkan berbagai pendapat di atas maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seorang maupun sekelompok orang untuk memenuhi kebutuhan orang lain sesuai dengan prosedur dan sistem yang telah ditetapkan sebelumnya. Pelayanan mempunyai definisi yang sangat banyak.

Menurut Philip Kotler sebagaimana dikutip oleh Lijan, karakteristik pelayanan dapat diuraikan sebagai berikut :¹²

- a. *Intangibel* (tidak terwujud) adalah Suatu pelayanan memiliki sifat tidak berwujud, tidak dapat dirasakan dan dinikmati sebelum dibeli oleh konsumen.
- b. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan) pada umumnya pelayanan yang diproduksi (dihasilkan) dan dirasakan pada waktu bersamaan dan apabila dikehendaki oleh seseorang untuk diserahkan kepada pihak lainnya, maka dia akan tetap merupakan bagian dari pelayanan tersebut.
- c. *Variability* (bervariasi) adalah pelayanan senantiasa mengalami perubahan, tergantung dari siapa penyedia jasa, penerima pelayanan dan kondisi dimana pelayanan tersebut diberikan.
- d. *Perishability* (tidak tahan lama) adalah daya tahan suatu pelayanan tergantung suatu situasi yang diciptakan oleh berbagai faktor.
- e. *Lack of ownership*, merupakan perbedaan dasar antara Jasa dan barang. Pada pembelian barang, konsumen memiliki hak penuh atas Penggunaan dan manfaat produk yang dibelinya

Kualitas pelayanan (*service quality*) telah hampir menjadi faktor yang menentukan dalam menjaga keberlangsungan suatu organisasi birokrasi pemerintah maupun organisasi perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan kebutuhan pengguna jasa publik, sangat penting dalam upaya mewujudkan kepuasan pengguna jasa publik (*customer satisfaction*).

Menurut Sinambela kualitas pelayanan adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen (*meeting the needs of customers*). Sedangkan menurut Kasmir dalam Pasolong sebagaimana dikutip dalam Sinambela mengatakan bahwa pelayanan yang baik adalah kemampuan seseorang dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen dengan standar yang telah ditentukan.¹³

Menurut Zeithaml, Parasuraman & Berry untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dirasakan secara nyata oleh konsumen, terdapat indikator ukuran kepuasan konsumen yang terletak pada lima dimensi kualitas pelayanan menurut apa yang dikatakan konsumen. Dalam mengukur pelayanan yang baik mengacu pada 5 indikator, yaitu:

- 1) *Tangibel* atau ketampakan fisik, artinya petampakan fisik dari gedung, peralatan, pegawai, dan fasilitas-fasilitas lain yang dimiliki oleh providers.
- 2) *Reliability* atau rebiabilitas adalah kemampuan untuk menyelenggarakan pelayanan yang dijanjikan secara akurat.
- 3) *Responsiveness* atau daya tanggap adalah kerelaan untuk menolong customers dan menyelenggarakan pelayanan secara ikhlas.

¹¹ Lijan Sinambela Poltak. Dkk. *Reformasi Pelayanan Publik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), h. 2.

¹² *Ibid.*, h. 5.

¹³ Lijan Sinambela Poltak. Dkk. *Reformasi Pelayanan Publik*, ..., h. 6.

- 4) *Assurance* atau kepastian adalah pengetahuan dan kesopanan para pekerja dan kemampuan mereka dalam memberikan kepercayaan kepada customers.
- 5) *Empathy* atau perlakuan atau perhatian pribadi yang diberikan oleh profiders kepada customers.¹⁴

2.2 Konsep Kepuasan masyarakat

2. 2.1 Pengertian kepuasan

Kepuasan konsumen atau masyarakat merupakan faktor terpenting dalam berbagai kegiatan bisnis. Kepuasan masyarakat penerima bantuan langsung tunai adalah tanggapan konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan yang sebelumnya dengan kinerja produk yang dirasakan. Dengan terpenuhkannya keinginan dan kebutuhan para konsumen, maka hal tersebut memiliki dampak yang positif bagi perusahaan. Apabila konsumen merasa puas akan suatu produk tentunya konsumen tersebut akan selalu menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut secara terus menerus. Dengan begitu produk dari perusahaan tersebut dinyatakan laku di pasaran, sehingga perusahaan akan dapat memperoleh laba dan akhirnya perusahaan akan tetap *survive* atau dapat bertahan bahkan kemungkinan akan berkembang.

Menurut Willie sebagaimana dikutip oleh Tjiptono mendefinisikan bahwa kepuasan konsumen sebagai “Suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa”. Sebagai tanggapan dari pengalaman yang dirasakan oleh konsumen setelah mengkonsumsi suatu produk atau jasa.¹⁵

Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka konsumen akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, maka konsumen akan puas.

Kesimpulan yang dapat diambil dari definisi-definisi di atas adalah bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara harapan dengan hasil dari kinerja yang dirasakan. Kepuasan konsumen/ masyarakat inilah yang menjadi dasar menuju terwujudnya konsumen yang loyal atau setia. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Jadi kepuasan masyarakat/ konsumen kepada dasarnya mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan oleh konsumen.

Kepuasan masyarakat/ konsumen sangat penting diperhatikan oleh perusahaan sebab berkaitan langsung dengan keberhasilan pemasaran dan penjualan produk perusahaan.

Telah banyak dilakukan riset untuk menentukan kepuasan konsumen, walaupun ini bukanlah suatu pekerjaan mudah, namun perusahaan harus melaksanakannya agar konsumen selalu merasa puas atas pelayanan yang diberikan. Menurut Mc.Carthy & Perreault, Jr upaya untuk mengukur kepuasan konsumen merupakan yang sukar, karena bergantung pada tingkat aspirasi dan harapan yang ada. Konsumen yang kurang beruntung akan mengharap lebih banyak dari suatu perekonomian pada saat mereka melihat orang lain dengan standar hidup lebih baik.¹⁶

¹⁴ Ratminto dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen pelayanan,...*, 175-176.

¹⁵ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andy, 2001), h. 24.

¹⁶ Basu Swastha Dharmmesta, *Peran Pemasaran dalam Perusahaan dan Masyarakat*, E-Modul, (online), 2016, h. 23.

Selain tingkat aspirasi juga cenderung menaik dengan berulangnya keberhasilan dan menurun karena tidak berhasil. Kepuasan dalam kaitannya dengan beberapa faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat konsumen, Tjiptono mengatakan bahwa ketidakpuasan konsumen disebabkan oleh faktor internal dan faktor eksternal.¹⁷

Faktor internal yang relatif dapat dikendalikan perusahaan, misalnya karyawan yang kasar, jam karet, kesalahan pencatatan transaksi. Sebaliknya, faktor eksternal yang di luar kendali perusahaan, seperti cuaca, gangguan pada infrastruktur umum, aktivitas kriminal, dan masalah pribadi konsumen. Lebih lanjut dikatakan bahwa dalam hal terjadi ketidakpuasan, ada beberapa kemungkinan yang bisa dilakukan konsumen, yaitu:

- a. Tidak melakukan apa-apa, konsumen yang tidak puas tidak melakukan komplain, tetapi mereka praktis tidak akan membeli atau menggunakan jasa perusahaan yang bersangkutan lagi.
- b. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi apakah seorang konsumen yang tidak puas akan melakukan komplain atau tidak, yaitu:
 - 1) Derajat kepentingan konsumsi yang dilakukan.
 - 2) Tingkat ketidakpuasan konsumen.
 - 3) Manfaat yang diperoleh.
 - 4) Pengetahuan dan pengalaman.
 - 5) Sikap konsumen terhadap keluhan.
 - 6) Tingkat kesulitan dalam mendapatkan ganti rugi.
 - 7) Peluang keberhasilan dalam melakukan komplain.¹⁸

3. Metode Penelitian

3.1 jenis dan pendekatan

Metode penelitian adalah cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data yang dikembalikan untuk memperoleh pengetahuan dengan mengajukan prosedur yang *realiabel* dan terpercaya. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*). Penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel tersebut diukur dengan menggunakan instrumen penelitian sehingga data yang terdiri angka-angka dianalisis berdasarkan prosedur statistika.¹⁹ Adapun sampel dalam penelitian ini yaitu berjumlah 100 responden.

3.2 Teknik Analisis Data

A. Uji Analisis Prasyarat

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner.²⁰ Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Tujuan dari uji validitas adalah untuk mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah kita buat betul-betul dapat

¹⁷ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi, 2014), h. 126.

¹⁸ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*,..., h. 126.

¹⁹ Sugyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 9.

²⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), h. 52.

mengukur apa yang hendak kita ukur. Butir pertanyaan dikatakan valid apabila item total 100 dengan nilai signifikansi 0,05 pada nilai r tabel yaitu 1,96.

2. Uji Reliabilitas data

Reliabilitas adalah sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik.²¹ Dengan menggunakan teknik Formula *Alpha Cronbach* dengan nilai *signifikansi* 0,6 menggunakan program *SPSS 16.0 for windows*.

B. Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan uji statistik regresi dalam mempelajari hubungan yang ada diantara variabel-variabel tidak bebas jika variabel bebasnya diketahui atau sebaliknya. Pada prakteknya ada empat uji asumsi klasik yang paling sering digunakan, yaitu :

1. Uji Normalitas
2. Uji multikolinearitas
3. Uji Heterokedstasitas
4. Uji Autokorelasi

C. Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui besarnya pengaruh kepuasan masyarakat penerima bantuan langsung tunai terhadap pelayanan yang diberikan oleh Kantor POS Langsa dengan menggunakan rumus regresi linear berganda, yaitu :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Ket :

Y : Kepuasan masyarakat penerima bantuan langsung tunai terhadap pelayanan Kantor POS,

X : Pelayanan Kantor POS Langsa,

X₁ : *Tangibel*

X₂ : *Realiabilitas*

X₃ : *Responsiveness*

X₄ : *Assurance*

X₅ : *Empathy*

a : *Konstanta*

b : *Koefisien Korelasi*

e : *Error term*

1. Uji F (Uji Simultan)

Uji F adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh pelayanan kantor POS dan terhadap kepuasan masyarakat penerima bantuan langsung tunai secara simultan dan parsial.

²¹Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan dan Praktek*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2002), h. 154.

Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05 ($\alpha = 5\%$) Jika signifikansi $t_{hitung} > 0.05$, berarti H_0 diterima atau H_a ditolak. Jika signifikansi $t_{hitung} < 0.05$, berarti H_0 ditolak atau H_a diterima. Adapun menentukan t_{tabel} yaitu tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = n-k-1

Dengan criteria pengujian

H_0 diterima jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$

H_0 ditolak jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ hitung dengan t_{tabel} .

4. Hasil Penelitian

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan, ditemukan bahwa dari beberapa indikator kualitas pelayanan terdapat 2 indikator yang tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan penerima bantuan langsung tunai, untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardize	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	d Coefficients Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2.848	1.971		1.445	.002		
1 Tangible	.023	.094	.014	1.123	.131	.633	1.579
Realibility	.038	.063	.126	1.186	.061	.928	1.078
Responsiviness	.447	.230	.450	2.942	.045	.377	9.005
assurance	.356	.239	.353	2.345	.003	.273	8.626
Emphaty	.550	.087	.465	5.464	.005	.721	1.388

a. Dependent Variable: kepuasan_penerima_bantuan_BLT

Dari hasil uji yang dilakukan dengan uji *statistik* dengan uji t variabel *tangibel* (X1), Nilai menunjukkan angka 1.985 sedangkan nilai t_{hitung} menunjukkan angka 1.123 sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$, sehingga nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} , sehingga dapat diartikan variable *tangible* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan masyarakat penerima bantuan langsung tunai di gampoeng Batee Puteh. Begitu pula variabel *reliability* (X2), Nilai t_{tabel} menunjukkan angka 1,985 sedangkan t_{hitung} menunjukkan angka 1.186 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *reliability tidak* memiliki pengaruh terhadap kepuasan masyarakat gampong Batee Puteh penerima bantuan langsung tunai di kantor POS Cabang Langsa.

Untuk variabel *responsivines* (X3), Nilai t_{tabel} menunjukkan angka 1,985 sedangkan t_{hitung} menunjukkan angka 2,942 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *responsivines* memiliki nilai *signifikansi* terhadap masyarakat

gampong Batee Puteh penerima bantuan langsung tunai di kantor POS Cabang Langsa. (Y). Untuk variabel *assurance* (X_4), Nilai t_{tabel} menunjukkan angka 1,985 sedangkan t_{hitung} menunjukkan angka 2,345 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan jaminan yang diberikan oleh kantor POS memberikan kepuasan bagi masyarakat gampong Batee Puteh penerima bantuan.

Untuk variabel *emphaty* (X_5), Nilai menunjukkan angka sedangkan nilai t_{hitung} menunjukkan angka 5.464 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan variabel *emphaty* (X_5) mempunyai pengaruh signifikan terhadap masyarakat gampong Batee Puteh penerima bantuan langsung tunai di kantor POS Cabang Langsa. (Y). Dengan pelayanan yang sesuai harapan penerima bantuan langsung tunai dari produk berupa barang atau pelayanan yang dikonsumsi dapat diterima dan dinikmatinya dengan pelayanan yang baik atau memuaskan. Hal ini karena pelayanan yang baik dan benar adalah jika pelayanan diberikan secara cepat, tepat, adil, ramah dan menyenangkan bagi orang yang dilayani. Selain itu respon yang cepat dan tanggap yang diberikan oleh pegawai Kantor POS Langsa sangat berpengaruh terhadap kepuasan penerima bantuan langsung tunai, Kesiapan para karyawan Kantor POS dalam menangani transaksi, penanganan antrian dan penyampaian informasi oleh pihak Kantor POS Cabang Langsa membuat para penerima bantuan langsung tunai merasa puas.

Untuk secara keseluruhan semua indikator kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat penerima bantuan langsung tunai, berikut tabel ditampilkan :

Tabel 4.2

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	299.983	5	59.997	29.611	.000 ^b
Residual	190.457	94	2.026		
Total	490.440	99			

a. Dependent Variable: *kepuasan_penerima_bantuan_BLT*

b. Predictors: (Constant), *emphaty*, *realibility*, *responsiviness*, *tangibel*, *assurance*

Dari hasil uji tabel *anova* dapat diketahui $F_{hitung} 29,611 > F_{tabel} 2,3113$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan menunjukkan bahwa *tangibel* (X_1), *Reliability* (X_2), *responsivines* (X_3), *Assurance* (X_4) dan *Emphaty* (X_5) secara *simultan* berpengaruh terhadap kepuasan penerima bantuan langsung tunai (Y)

Jadi dapat disimpulkan bahwa, Kantor POS Langsa mampu memberikan kepuasan kepada penerima bantuan langsung tunai, walaupun penimaan bantuan BLT pada kantor POS Langsa merupakan salah satu produk terbaru, namun mampu memberikan kualitas pelayanan terbaik kepada penerima bantuan langsung tunai di Kantor POS Langsa. Selanjutnya yaitu layanan *responsiviness* atau daya tanggap yang ditawarkan oleh Kantor POS Langsa menjadi

salah satu prioritas setelah *emphaty*, dan selanjutnya jaminan. Hal ini dibuktikan dari uji t atau uji *parsial* memberikan hasil yang *signifikan*. Nilai t_{hitung} sebesar 2.345 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,985. Artinya keamanan dan keselamatan akan barang merupakan tanggung jawab Kantor POS, sehingga penerima bantuan langsung tunai merasa aman dan pelaya menggunakan layanan jasa Kantor POS cabang Langsa.

Sehingga dapat diketahui dalam memberikan layanan Kantor POS Langsa mampu bersaing dengan lembaga jasa lainnya dalam memberikan kepuasan kepada penerima bantuan langsung tunai, hal ini membuktikan Kantor POS Langsa mempunyai kualitas Layanan yang cukup baik dalam memberikan kepuasan kepada penerima bantuan langsung tunai.

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggan. Setelah pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila pelanggan merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Cronin dan Taylor menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan Fornell, dkk juga menyatakan bahwa kepuasan pelanggan tinggi terjadi apabila terjadi nilai yang dirasakan dan kualitas yang dirasakan melebihi harapan pelanggan. Sebagai seorang muslim, telah ada contoh teladan yang tentunya bisa dijadikan pedoman dalam menjalankan aktivitas perniagaan/muamalah. Allah SWT telah berfirman QS. Al-Ahzab / 33: 21

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا

Artinya : “*Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan Dia banyak menyebut Allah (Qs. al-Ahzab : 21).*

Di dalam hadist-hadist mulia, Rasulullah SAW telah mempraktikkan dan memerintahkan supaya setiap muslim senantiasa menjaga amanah yang diberikan kepadanya. Karena profesionalitas beliau pada waktu berniaga maupun aktivitas kehidupan yang lainnya, maka beliau dipercaya oleh semua orang dan mendapatkan gelar *Al- Amin*.

Kesimpulan

Setelah melakukan analisis data dan pembahasan tentang pelayanan terhadap kepuasan penerima bantuan langsung tunai di kota Langsa, maka penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan uji parsial atau uji T, menunjukkan bahwa variabel *tangibel* (X_1) dan *realibility* (X_2) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan masyarakat penerima bantuan langsung tunai. hal ini diperkuat dari hasil wawancara beberapa

responden yang mengeluh lokasi atau tempat pengambilan dana bantuan yang tergenang air apabila musim hujan. Adapun dari keempat variabel yang signifikan tersebut, variabel *Assurance* mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan penerima bantuan langsung tunai Kantor POS Langsa. Sedangkan variabel *responsivines* (X_3), dan *Assurance* (X_4) *Emphaty* (X_5) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan penerima bantuan langsung tunai di Kantor POS Langsa.

2. Dari hasil analisis regresi linear berganda dan uji F terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara serempak antara variabel *tangibel* (X_1), *Reliability* (X_2), *responsivines* (X_3), *Assurance* (X_4) dan *Emphaty* (X_5) sebagai dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan penerima bantuan langsung tunai Kantor POS Langsa.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Adiwarmarman Karim, *Ekonomi Islam suatu kajian Kontemporer*, Jakarta, Gema Insani Press, 2011.
- Arifin, Johan *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, 2015.
- Barata, Atep Adya, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2013.
- F. Patricia, *Nicolin, Brand Management*, Cet 1. Ed.1, Jakarta : Prenada, 2004.
- Freddy, Rangkuti *Strategi Pemasaran*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.
- Hajar, Ibnu *Dasar-dasar Metodologi Kuantitatif dalam Pendidikan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016.
- Hani, Handoko T. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: Lyberty, 2018.
- J. Supranto *Pengukuran Tingkat Kepuasan masyarakat penerima bantuan langsung tunai untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, Cetakan Ketiga, PT.Rineka Cipta, Jakarta, 2006.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Prehallindo, 2000.
- Rangkuti, Freddy, *Strategi Pemasaran*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002.