

PROFESIONALISME KERJA DAN KUALITAS PELAYANAN PT POS INDONESIA

PROFESSIONALISM AND SERVICE QUALITY AT PT POS INDONESIA

Erna Sulistyaningsih Widodo
Sekolah Tinggi Ilmu Pemerintahan Abdi Negara
ernawdd@yahoo.com

ABSTRACT

The aim of this research is to analyze the correlation between professionalism and service quality on customer satisfaction at PT Pos Indonesia. This research applied descriptive quantitative using path and regression analyses. The results show that: 1) there is positive direct effect of professionalism on customer satisfaction. It confirms that employee professionalism has positive impact to increase customer satisfaction. 2) there is positive direct effect of service quality on customer satisfaction. This demonstrates that good service quality will contribute positive impact to increasing customer satisfaction. 3) there is positive direct effect of professionalism on service quality. This effect shows that implementation of professionalism has positive impact for better service quality.

Keywords: *professionalism, service quality, customer satisfaction*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis hubungan antara profesionalisme kerja dan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan PT Pos Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif menggunakan analisa jalur dan regresi linier. Hasil penelitian kami menunjukkan: 1) Terdapat pengaruh langsung positif Profesionalisme Kerja terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa profesionalisme kerja karyawan berdampak positif terhadap peningkatan Kepuasan Pelanggan. 2) Terdapat pengaruh langsung positif Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan yang baik, akan memberikan dampak positif terhadap peningkatan Kepuasan Pelanggan. 3) Terdapat pengaruh langsung positif profesionalisme kerja terhadap Kualitas Pelayanan. Pengaruh ini menunjukkan bahwa implementasi profesionalisme kerja berdampak positif terhadap Kualitas Pelayanan yang lebih baik.

Kata Kunci: *profesionalisme, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan*

PENDAHULUAN

Terbentuknya kawasan bebas perdagangan yang dikenal dengan ASEAN Free Trade Area (AFTA) secara aktif pada tahun 2015, berarti tidak akan ada hambatan tarif (bea masuk 0-5%) untuk negara-negara anggota ASEAN, dari Brunai Darussalam, Indonesia, Malaysia, Philippina, Singapura dan Thailand, dan Cambodia, Laos, Myanmar dan Vietnam (*Association Of Southest Asian Nation:2015*). Untuk langkah pertama yang akan direalisasikan adalah AEC pada 2015 mendatang, setidaknya terdapat lima hal, yaitu: arus bebas barang, arus bebas jasa, arus bebas investasi, arus bebas modal, dan arus bebas tenaga kerja terampil. Pada 2015, kelima hal tersebut harus dibebaskan oleh 10 negara ASEAN dan sekaligus menerapkan aturan dari kesepakatan tersebut. Hal itu, bagi Indonesia, merupakan peluang sekaligus ancaman.

Terkait dengan diberlakukannya AEC (*ASEAN Economic Community: 2015*) khususnya di bidang perdagangan jasa, Indonesia menjelma menjadi pasar kurir dan logistik raksasa yang menjadi incaran di bisnis tersebut. Dengan pertumbuhan ekonomi 5% per tahun dan penduduk berjumlah 240 juta jiwa, pemain lokal maupun asing berlomba-lomba ingin menguasai pasar ini. Segmen utama yang menjadi target mereka adalah kelas menengah. Menurut Bank Dunia, jumlah kelas menengah Indonesia pada tahun 2010 telah mencapai 81 juta jiwa. Selain itu, iklim investasi juga terus membaik seiring dengan upaya untuk memperbaiki infrastruktur. Sedangkan industri jasa dan pariwisata juga tumbuh dengan baik. Menurut BPS, sepanjang tahun 2012 jumlah wisatawan mancanegara mencapai 8 juta dan diprediksikan akan mencapai 9 juta pada tahun 2013. Sektor-sektor tersebut terkait secara langsung dengan bisnis kurir dan logistik.

PT Pos Indonesia sebagai salah satu perusahaan logistik berupa jasa kurir

membuktikan bahwa Indonesia memiliki *hidden expenditure* yang besar untuk bidang logistic (*RJP PT Pos Indonesia Persero 1997-2001*

Di bidang transportasi diperkirakan sekitar Rp. 195 triliun, pergudangan dan penyimpanan sebesar 40 triliun, komunikasi sebesar 30 triliun, manufaktur Rp. 225 triliun, dan perdagangan Rp. 115 triliun. Melihat potensi besar itu, PT Pos Indonesiamemperkirakan ada pertumbuhan pasar kurir dan logistik sebesar 20% atau ekuivalen dengan Rp. 20 triliun per tahun. PT Pos Indonesia menargetkan pada tahun 2013 menguasai pasar 8% pasar kurir dan logistik di Indonesia. Selain pasar domestik, pasar bebas yang akan diberlakukan juga merupakan sebuah kesempatan sekaligus tantangan bagi PT Pos Indonesia. Dalam rangka merespon itu, perbaikan sistem dan infrastruktur akan diberlakukan oleh perusahaan pada tahun 2014 untuk mempersiapkan perusahaan agar memenuhi standar internasional dan 2017 melakukan IPO (*Initial Public Offering*). Kerjasama dengan pihak asing juga akan ditingkatkan bersamaan dengan penguatan jaringan domestik.

PT Pos Indonesia telah melakukan kerjasama internasional dengan UPS, salah satu perusahaan logistik ternama di dunia asal Amerika Serikat. Kerjasama ini meliputi layanan pengiriman pelanggan PT Pos Indonesia ke mancanegara dan sebaliknya kiriman pelanggan UPS ke tujuan pelosok Indonesia. Pertumbuhan perusahaan-perusahaan logistik tersebut tentu saja mengakibatkan persaingan yang semakin ketat antar perusahaan. Namun, seiring dengan itu, realitas di lapangan menunjukkan bahwa persepsi atau penilaian masyarakat terhadap jasa pengiriman barang masih dirasakan kurang positif. Hal itu antara lain dipicu oleh kondisi yang kurang memuaskan atau bahkan mengecewakan seperti tidak sampainya atau hilangnya paket yang dikirim, adanya paket yang tiba di alamat yang salah, kualitas pelayanan yang buruk, respon atas

keluhan pelanggan yang lamban, dan lain sebagainya.

Kondisi seperti ini tidak terkecuali dialami oleh PT Pos Indonesia yang direncanakan menjadi obyek penelitian ini. Kendala yang dialami dalam proses bisnis sudah menjadi fenomena yang menarik untuk dikaji lebih mendalam. Selama ini ada saja palanggannya yang mengeluhkan ikhwal paket pelanggan yang tidak sampai atau hilang, terlambat datang di tujuan, sampai di tujuan dalam kondisi rusak, dan respon atas keluhan pelanggan yang lamban. Kondisi ini tentu saja tidak menguntungkan bagi perusahaan, bahkan akan menjadi ancaman apabila tidak dapat ditangani secara serius. Adapun kendala yang teridentifikasi dalam pelayanan jasa pada PT Pos Indonesia yaitu ; rendahnya Profesionalisme Kerja yang membuat pelanggan merasa kecewa, rendahnya Kualitas Pelayanan yang membuat pelanggan menunggu, rendahnya Kepuasan Pelanggan yang mengakibatkan pelanggan tidak loyal dan menurunnya tingkat kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Dari penjabaran hal diatas, penelitian ini dimaksudkan akan mencari korelasi antara profesionalisme kerja dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Profesionalisme berasal dan kata profesional yang berhubungan dengan profesi dan memerlukan kepandaian khusus untuk menjalankannya, (KBBI, 1994). Seorang karyawan yang profesional menurut Dorch (2012) adalah mereka yang ahli menawarkan jasa atau layanan sesuai dengan protokol dan peraturan dalam bidang yang dijalannya dan menerima gaji sebagai upah atas jasanya. Karyawan tersebut juga merupakan anggota organisasi sesuai dengan hukum yang berlaku. Sebagaimana yang difahami bahwa tiga watak kerja karyawan yang Profesional (Freidson :2013) sesuai dengan hukum yang berlaku, adalah: 1) Bekerja dengan beritikad untuk merealisasikan kebajikan demi tegaknya

kehormatan profesi yang digeluti, dengan mendapatkan imbalan sesuai profesinya. 2) Bekerja dilandasi dengan kemahiran teknis yang berkualitas tinggi yang dicapai melalui proses pendidikan dan/atau pelatihan yang panjang, eksklusif dan berat. 3) Bekerja diukur dengan kualitas teknis dan kualitas moral. Oleh sebab itu, seorang professional (Carr: 2000) harus tunduk pada mekanisme kontrol berupa kode etik yang dikembangkan dan disepakati bersama didalam sebuah organisasi profesi.

Jadi dapat disimpulkan bahwa Profesionalitas Kerja Pegawai di PT Pos adalah keakhlian kerja karyawan PT Pos dalam memberikan pelayanan jasa sesuai dengan protokol dan peraturan kerja PT Pos dalam bidang yang dijalannya dilandasi dengan kemahiran teknis yang berkualitas tinggi yang dicapai melalui proses pendidikan dan pelatihan dan menerima gaji sebagai upah atas jasanya

Kualitas Pelayanan menurut Wiley (2004: 21) adalah kemampuan memberikan tawaran jasa kepada orang lain (*Customers*) yang dapat memuaskan lebih dari apa yang diharapkan. Kualitas pelayanan dapat dibedakan dalam 1) kualitas obyektif yang bersifat mekanistik, 2) kualitas lini produksi, dan 3) kualitas humanistik yaitu penilaian konsumen tentang keunggulan secara keseluruhan. Kualitas dapat diukur melalui persepsi dan alat ukur yang obyektif yang bisa menilai harapan dan kepuasan pengguna jasa. Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong sebagaimana dikutip Kartajaya (2009: 7) bahwa *service is any activity or benefit that one party can offer to another which is essentially intangible and does not result in ownership of anything*. Artinya, pelayanan sebagai aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu kelompok ke kelompok lainnya berupa sesuatu yang bersifat *intangible*. Pengertian *intangible* bukan berarti menawarkan hanya produk jasa saja, tapi juga lebih tepat kepada proses penyampaiannya Kotler (2003:138)

Jadi dapat disimpulkan bahwa

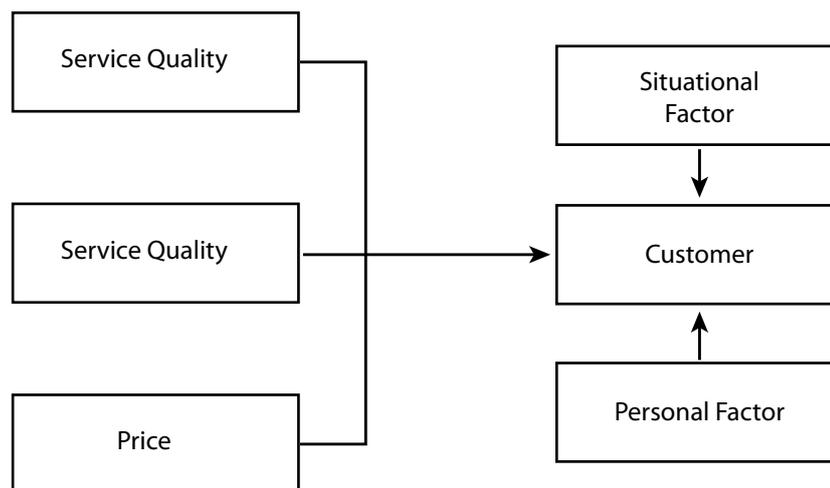
Kualitas Pelayanan PT Pos Indonesia adalah kemampuan memberikan tawaran jasa yang terukur kepada *Customer* yang dapat memuaskan lebih dari apa yang diharapkan pelanggan berupa mekanistik, produksi, dan humanistik sehingga menimbulkan penilaian konsumen tentang keunggulan secara keseluruhan.

Dengan Indikator: 1) Kemampuan, 2) Pemberian Tawaran Jasa, 3) Keterukuran, 4) Kepuasan, 5) Harapan Pelanggan, 6) Penilaian Konsumen, 7) Keunggulan

Menurut Irawan (2004) Kepuasan pelanggan adalah istilah yang menggambarkan tingkat kepuasan yang dialami pelanggan ketika mengkonsumsi/menggunakan produk/jasa yang dikeluarkan oleh produsen. Dia menggambarkan kepuasan pelanggan ditentukan oleh 5 hal, yakni: 1) Kualitas Produk, 2) Jasa Pelayanan, 3) Faktor Emosional, 4) Harga dan Biaya, Dan 5) Kemudahan Mendapatkannya. Maka dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah sesuatu hal yang menyebabkan seorang pelanggan kembali dan kembali lagi kepada perusahaan yang telah bertransaksi dengan mereka sebelumnya. Bila kepuasan

pelanggan dikaitkan dengan pengguna jasa, apabila pengguna jasa tersebut loyal, maka jadilah dia pelanggan (*customer*). Nasution, mengartikan pelanggan yaitu: 1). Pelanggan adalah orang yang tidak tergantung pada kita, tetapi kita yang tergantung padanya, 2). Pelanggan adalah orang yang membawa kita kepada apa keinginannya, 3). Tidak ada seorangpun yang pernah menang beradu argumentasi dengan pelanggan, dan Pelanggan adalah orang yang teramat penting, yang harus dihapuskan dalam argumentasi, apalagi konflik. Jadi dapat disimpulkan bahwa Kepuasan pelanggan PT Pos Indonesia adalah tingkat emosi senang yang dialami pelanggan PT Pos Indonesia ketika menggunakan jasa yang dikeluarkan oleh PT Pos Indonesia menyebabkan pelanggan loyal kepada PT Pos Indonesia dan bertransaksi kembali, Dengan Indikator: 1) tingkat emosi senang 2) loyal dan 3) bertransaksi.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survei. Menurut Mudrajad (2011) survei adalah penelitian yang ditujukan untuk mengkaji populasi besar maupun kecil dengan menyeleksi dan mengkaji sampel yang dipilih dari populasi



Customer Satisfaction Model

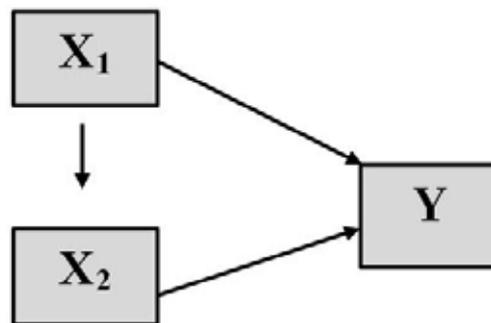
(Sumber: Kotler, 2003)

itu untuk menemukan insidensi, distribusi, dan interrelasi relatif dari variabel-variabel. Secara spesifik, menurut Nazir (2011: 85) survei digunakan untuk mempelajari sikap, keyakinan, nilai-nilai, demografi, tingkah laku, opini, kebiasaan, keinginan, ide-ide dan tipe informasi lain. Dari data, fakta menurut Morissan (2014: 67) atau informasi itu kemudian dapat diketahui kondisi masing-masing variabel yang diteliti sehingga memungkinkan untuk diketahui pengaruh atau hubungan variabel yang satu dengan variabel yang lain. Dalam konteks penelitian ini, penelitian survei digunakan untuk mengetahui keterkaitan antar variabel sebagaimana digambarkan sebagai berikut:

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian validitas, diketahui untuk variabel Kepuasan Pelanggan terdapat 31 butir valid. Dengan demikian secara teoretik skor Kepuasan Pelanggan berada pada rentang antara 31 – 155. Skor terendah adalah 31 diperoleh dari perkalian antara jumlah butir pernyataan (31) dengan skor alternatif jawaban tidak pernah (1), dan skor tertinggi adalah 155 merupakan perkalian antara jumlah butir pernyataan (31) dengan skor alternatif jawaban selalu (5). Berdasarkan skor yang diperoleh, diketahui skor terendah yang diperoleh untuk variabel Kepuasan Pelanggan adalah 76 dan skor



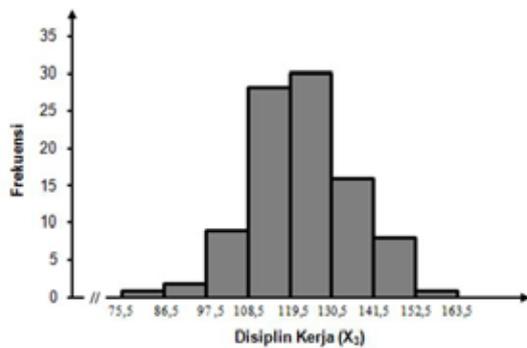
Gambar 3.1. Konstelasi Penelitian

Keterangan:

Variabel Eksogen	: X_1	= Profesionalisme Kerja
Variabel Endogen	: X_2	= Kualitas Pelayanan
	Y	= Kepuasan Pelanggan

tertinggi 155, sehingga rentang datanya (range) sebesar 79. Nilai rata-rata (mean) = 122,57, modus= 120,75, dan median 122. Sementara itu standar deviasinya = 13,91 dan variannya = 193,55.

Diketahui skor yang terbanyak variabel Kepuasan Pelanggan berada pada interval 120 – 130 yaitu 30 skor (31,6%) diikuti kemudian skor pada interval 109 – 119 sebanyak 28 skor (29,5%), dan 131 – 141 sebanyak 16 skor (16,8%). Selanjutnya skor pada interval 98 – 108 sebanyak 9 skor (9,5%), 142 – 152 sebanyak 8 skor (8,4%), 87 – 97 sebanyak 2 skor (2,1%), 76 – 86 dan 153 – 163 masing-masing sebanyak 1 skor (1,1%). Secara visual distribusi frekuensi variabel Kepuasan Pelanggan dapat dilihat pada histogram di bawah ini.



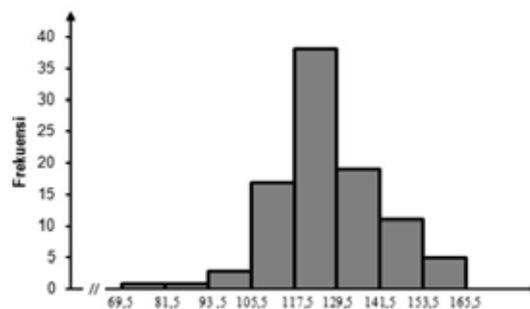
Gambar Histogram dan Poligon Distribusi Frekuensi Skor Variabel Kepuasan Pelanggan

B. Profesionalisme Kerja (X_1)

Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa terdapat 32 butir valid untuk variabel Profesionalisme Kerja, sehingga secara teoretik rentang datanya berada antara 32 – 160. Skor terendah adalah 32 merupakan perkalian antara jumlah butir pernyataan (32) dengan skor alternatif jawaban tidak pernah (1), sedangkan skor tertinggi adalah 160 merupakan perkalian antara jumlah butir pernyataan (32) dengan skor alternatif jawaban selalu (5). Berdasarkan data yang diperoleh, diketahui skor terendah untuk variabel Profesionalisme Kerja adalah 70 dan skor tertinggi 160, sehingga rentang

datanya (range) 90. Nilai rata-rata sebesar 126,78, modus= 123,28, median= 125, standar deviasinya = 15,40 dan variannya = 237,27.

Skor variabel Profesionalisme Kerja yang terbanyak berada pada interval 118 – 129, yaitu sebanyak 38 skor (40%), yang kemudian diikuti skor yang berada pada interval 130 – 141 sebanyak 19 skor (20%), dan 106 – 117 sebanyak 17 skor (17,9%). Berikutnya adalah skor yang berada pada interval 142 – 153 sebanyak 11 skor (11,6%), 154 – 165 sebanyak 5 skor (5,3%), 94 – 105 sebanyak 3 skor (3,2%), 70 – 81 dan 82 – 93 masing-masing sebanyak 1 skor (1,1%). Secara visual distribusi frekuensi di atas dapat digambarkan dalam bentuk histogram seperti tampak pada Gambar sebagai berikut :



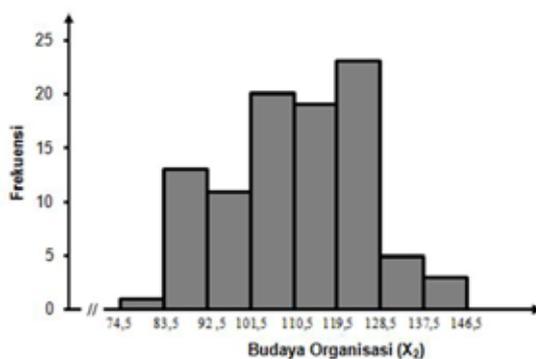
Gambar Histogram dan Poligon Distribusi Frekuensi Skor Variabel Supervisi Kepala Temp kerja

C. Kualitas Pelayanan (X_2)

Berdasarkan pengujian validitas, diketahui untuk variabel Kualitas Pelayanan terdapat 28 butir valid, sehingga secara teoretik skornya berada pada rentang antara 28 - 140. Skor terendah adalah 28 didapatkan dari perkalian antara jumlah butir pernyataan (28) dengan skor alternatif jawaban tidak pernah (1), sedangkan skor tertinggi adalah 140 merupakan perkalian antara jumlah butir pernyataan (28) dengan skor alternatif jawaban selalu (5). Berdasarkan hasil tabulasi data, maka nilai statistik deskriptif untuk variabel Kualitas Pelayanan diketahui memiliki skor terendah

adalah 75 dan skor tertinggi adalah 140, sehingga rentang datanya (range) adalah 65. Selanjutnya untuk nilai rata-ratanya = 110,92, modus = 120,95, median = 112, standar deviasi sebesar 14,60 dan variannya = 213,30.

Distribusi frekuensi skor variabel Kualitas Pelayanan menunjukkan skor yang dominan berada pada interval 120 – 128 sebanyak 23 atau 24,2%, diikuti skor pada interval 102 – 110 sebanyak 20 skor (21,1%). Selanjutnya adalah skor yang berada pada interval 111 – 119 sebanyak 19 skor (20%), 84 – 92 sebanyak 13 skor (13,7%), 93 – 101 sebanyak 11 skor (11,6%), 129 – 137 sebanyak 5 skor (5,3%) dan terakhir skor pada interval 75 – 83 sebanyak 1 skor (1,1%). Dari distribusi frekuensi variabel Kualitas Pelayanan dibuatkan histogramnya sebagai berikut:



Gambar 6. Histogram dan Poligon Distribusi Frekuensi Skor Variabel Budaya Organisasi

D. Pengujian Hipotesis

Pengaruh Profesionalisme Kerja terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil perhitungan regresi pengaruh Profesionalisme Kerja terhadap Kepuasan Pelanggan diperoleh konstanta (a) sebesar 40,640 dan koefisien arah regresi (b) 0,654 (lampiran 32). Dengan demikian pengaruh Profesionalisme Kerja terhadap Kepuasan Pelanggan diperoleh persamaan regresi = $40,640 + 0,654X_1$. Uji signifikansi regresi diperoleh nilai F-hitung 97,954 (lampiran 33), sedangkan nilai F tabel pada $\alpha = 0,01$ adalah 6,915. Hasil perhitungan

tersebut diketahui bahwa nilai F hitung > dari nilai F tabel, sehingga menunjukkan

persamaan regresi $\hat{X}_3 = 40,640 + 0,654X_1$ sangat signifikan. Uji linearitas regresi diketahui nilai F hitung yang diperoleh 1,376 (lampiran 34) < F tabel pada $\alpha = 0,05$ dengan dk pembilang 42 dan penyebut 53 (1,428), maka bentuk persamaan regresi

$\hat{X}_3 = 40,640 + 0,654X_1$ adalah linear.

Dengan demikian berdasarkan tabel pengujian signifikansi dan pengujian linearitas regresi tersebut di atas, maka dapat disimpulkan bahwa persamaan

regresi $\hat{X}_3 = 40,640 + 0,654X_1$ sangat signifikan dan linear. Persamaan regresi tersebut memberikan arti bahwa setiap peningkatan satu skor Profesionalisme Kerja akan diikuti oleh kenaikan skor Kepuasan Pelanggan sebesar 0,654 pada konstanta 40,640. Kekuatan pengaruh Profesionalisme Kerja terhadap Kepuasan Pelanggan dapat dilihat dari besaran koefisien korelasi jalur yang diperoleh. Rangkuman hasil perhitungan koefisien korelasi, koefisien jalur dan uji t dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1 Uji Signifikansi Koefisien Korelasi dan Koefisien Jalur Pengaruh Profesionalisme Kerja terhadap Kepuasan Pelanggan

Jumlah Observasi (n)	Koefisien Korelasi (r_{13})	Koefisien Jalur (p_{31})	t_{hit}	t_{tab}	
				$\alpha = 0,05$	$\alpha = 0,01$
95	0,716	0,561	6,537**	1,665	2,374

Keterangan:

** = Koefisien jalur sangat signifikan ($t_{hit} = 6,537 > t_{tab} = 2,374$) pada $\alpha = 0,01$

Terlihat pada, hasil perhitungan menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,716 (lampiran 41) dan koefisien jalur 0,561 (lampiran 44). Kemudian dari hasil perhitungan uji signifikansi koefisien korelasi dan koefisien jalur diketahui $t_{hit} = 6,537$ (lampiran 45) lebih besar dari $t_{tabel} = 2,374$ pada $\alpha = 0,01$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi dan koefisien jalur pengaruh Profesionalisme Kerja terhadap Kepuasan Pelanggan sangat signifikan. Dengan demikian hipotesis kedua yang berbunyi "terdapat pengaruh langsung positif Profesionalisme Kerja terhadap Kepuasan Pelanggan" diterima. Dengan kata lain, makin baik pelaksanaan Profesionalisme Kerja, makin baik Kepuasan Pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil perhitungan regresi sederhana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan diperoleh konstanta (a) sebesar 60,218 dan koefisien arah regresi (b) 0,562. Dengan demikian pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan diperoleh persamaan regresi $\hat{X}_3 = 60,218 + 0,562X_2$.

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan ditunjukkan dengan persamaan regresi = $60,218 + 0,562X_2$ adalah sangat signifikan. Hal ini dapat dilihat dari nilai F hitung $51,931 > F$ tabel pada $\alpha = 0,01$, yaitu 6,915. Pengujian

linearitas regresi diperoleh nilai F hitung sebesar 0,592, sedangkan nilai F-tabel pada $\alpha = 0,05$ dengan dk pembilang 40 dan dk penyebut 53 adalah 1,620. Oleh karena nilai F hitung $< F$ -tabel maka persamaan regresi Kepuasan Pelanggan atas Kualitas Pelayanan adalah linear. Berdasarkan tabel hasil pengujian signifikansi dan pengujian linearitas regresi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi $\hat{X}_3 = 60,218 + 0,562X_2$ sangat signifikan dan linear. Persamaan regresi tersebut memberikan gambaran bahwa setiap peningkatan satu skor Kualitas Pelayanan akan diikuti oleh kenaikan skor Kepuasan Pelanggan sebesar 0,562 pada konstanta 60,218.

Kekuatan pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dapat dilihat dari koefisien korelasi dan koefisien jalurnya. Hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel 2:

Pada tabel diatas terlihat, bahwa pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan diperoleh koefisien korelasi 0,599 dan koefisien jalur 0,248. Sementara berdasarkan hasil perhitungan uji signifikansi koefisien korelasi dan koefisien jalur diperoleh $t_{hitung} = 2,469$ (lampiran 45) $> t_{tabel} = 1,665$ pada $\alpha = 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan, bahwa koefisien jalur pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan adalah signifikan. Ini berarti hipotesis pertama yang menyatakan "terdapat pengaruh langsung positif Kualitas

Tabel 2. Uji Signifikansi Koefisien Korelasi dan Koefisien Jalur Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Jumlah Observasi (n)	Koefisien Korelasi (r_{23})	Koefisien Jalur (p_{32})	t_{hit}	t_{tab}	
				a= 0,05	a= 0,01
95	0,599	0,248	2,469**	1,665	2,374

Keterangan:

**=Koefisien jalur sangat signifikan ($t_{hit} = 2,469 > t_{tab} = 2,374$) pada $a = 0,05$

Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan ” dapat diterima. Dengan perkataan lain, meningkatnya kualitas pelayanan, maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggan.

Pengaruh Profesionalisme Kerja terhadap Kualitas Pelayanan

Dari hasil perhitungan regresi pengaruh Profesionalisme Kerja terhadap Kualitas Pelayanan diperoleh konstanta (a) sebesar 34,640 dan koefisien arah regresi (b) 0,608. Sehingga pengaruh Profesionalisme Kerja terhadap Kualitas Pelayanan diperoleh persamaan regresi $\hat{X}_2 = 34,640 + 0,608X_1$. Hasil perhitungan uji signifikansi dan linearitas atas persamaan regresi sebagai berikut:

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa pengaruh Profesionalisme Kerja terhadap Kualitas Pelayanan yang ditunjukkan dengan persamaan regresi $\hat{X}_2 = 34,640 + 0,608X_1$ adalah sangat signifikan. Hal ini dibuktikan dengan

nilai $F_{hitung} (59,981) > F_{tabel}$ pada $a = 0,01$, yaitu 6,915. Sementara uji linearitas regresi diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 0,585, sedangkan nilai F_{tabel} pada $a = 0,05$ dengan dk pembilang 40 dan dk penyebut 53 adalah 1,620. Oleh karena nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka persamaan regresi Kualitas Pelayanan atas Profesionalisme Kerja adalah linear. Berdasarkan tabel hasil pengujian signifikansi dan pengujian linearitas regresi tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi $\hat{X}_2 = 34,640 + 0,608X_1$ sangat signifikan dan linear. Persamaan regresi tersebut memberikan arti bahwa setiap peningkatan satu skor Profesionalisme Kerja akan diikuti kenaikan skor Kualitas Pelayanan sebesar 0,608 pada konstanta 34,640.

Kekuatan hubungan antara Profesionalisme Kerja dengan Kualitas Pelayanan dapat dilihat dari koefisien korelasinya dan juga koefisien jalur. Hasil perhitungan koefisien korelasi, koefisien jalur dan uji t dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Uji Signifikansi Koefisien Korelasi dan Koefisien Jalur Pengaruh Profesionalisme Kerja terhadap Kualitas Pelayanan

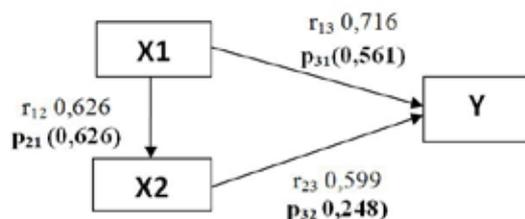
Jumlah Observasi (n)	Koefisien Korelasi (r_{12})	Koefisien Jalur (P_{21})	t_{hit}	t_{tab}	
				a=0,05	a=0,01
95	0,626	0,626	7,742**	1,665	2,374

Keterangan:

** =Koefisien jalur sangat signifikan ($t_{hit} = 10,975 > t_{tab} = 2,374$) pada $a = 0,01$

Koefisien korelasi yang diperoleh untuk pengaruh Profesionalisme Kerja terhadap Kualitas Pelayanan adalah 0,626 dan sama dengan besarnya koefisien jalur. Sementara dari hasil perhitungan uji signifikansi koefisien korelasi dan koefisien jalur diperoleh $t_{\text{hit}} = 7,742$ (lampiran 45) $> t_{\text{tabel}} = 2,374$ pada $\alpha = 0,01$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi dan koefisien jalur pengaruh Profesionalisme Kerja terhadap Kualitas Pelayanan adalah sangat signifikan. Ini berarti hipotesis ketiga yang menyatakan "terdapat pengaruh langsung positif Profesionalisme Kerja terhadap Kualitas Pelayanan" diterima. Atau dengan perkataan lain, semakin baik Profesionalisme Kerja, maka semakin baik Kualitas Pelayanan tempat kerja.

Dari hasil pengujian di atas, selanjutnya dapat digambarkan rekapitulasi nilai koefisien jalur dan t hitung pengaruh Profesionalisme Kerja dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan sebagai berikut:



Gambar 1. Koefisien Jalur dan Koefisien Korelasi Pengaruh Profesionalisme Kerja dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan di atas, bahwa ketiga hipotesis dalam penelitian ini diterima. Profesionalisme Kerja secara signifikan berpengaruh terhadap Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan, sedangkan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Adapun jalur paling berpengaruh adalah jalur

pengaruh Profesionalisme Kerja terhadap Kualitas Pelayanan (p_{21}), yaitu sebesar 0,626. Sehingga dapat dikatakan, bahwa Profesionalisme Kerja sangat berpengaruh terhadap Kualitas Pelayanan, disusul oleh pengaruh Profesionalisme Kerja terhadap Kepuasan Pelanggan (p_{31}), sebesar 0,561 dan diikuti pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (p_{32}), sebesar 0,248.

SIMPULAN

Terdapat pengaruh langsung positif Profesionalisme Kerja terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa profesionalisme kerja karyawan berdampak positif terhadap peningkatan Kepuasan Pelanggan. Terdapat pengaruh langsung positif Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan PT Pos Indonesia yang baik, akan memberikan dampak positif terhadap peningkatan Kepuasan Pelanggan. Terdapat pengaruh langsung positif profesionalisme kerja terhadap Kualitas Pelayanan. Pengaruh ini menunjukkan bahwa implementasi profesionalisme kerja berdampak positif terhadap Kualitas Pelayanan PT Pos Indonesia yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- ASEAN Economic Community 2015: *Progress & Key Achievements* (<http://www.asean.org/storage/images/2015/November/aec-page/AEC-2015-Progress-&-Key-Achievements.pdf>)
Association Of Southest Asian Nation
(<http://asean.org/asean-economic-community/asean-free-trade-area-afta-council/>)

- Carr, David. 2000. *Professionalism & ethics in teaching presents*. New York: routledge.
- Dorch. Patricia. 2012. *Professionalism: New Rules For Workplace Career Success*.
- Freidson, Eliot. 2013 *Professionalism Reborn: theory, prophecy & policy*. John welley & sons.
- Irawan, Hendi. 2004 *Indonesia Customer Satisfaction Index 2004, "All about it business"*Frontier
- Kotler. 2003 *Marketing Management, 11th Edition*. New Yersey: Prentice Hall Int'l
- Kuncoro, Mudrajad. 2011 *Metode Kuantitatif*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Morissan. 2014 *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Nasution, 2004. *Manajemen Jasa Terpadu* Jakarta: PT Ghalia Indonesia.
- Nazir, Moh. 2011. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Wiley, John & Son. 2004 *Quality & Excellence In Human Service* West Sussex: Wiley, Wiley & Son
- Rencana jangka panjang (RJP) PT Pos Indonesia (Persero), 1997-2001 https://books.google.co.id/books?id=8MDfHAAACAAJ&dq=pt+pos+indonesia&hl=en&sa=X&redir_esc=y [03 januari 2016]

Halaman ini sengaja dikosongkan.