

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

VI.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan untuk mengetahui bagaimana karakteristik pelayanan jasa pengiriman paket yang harus dipenuhi PT Pos Indonesia agar sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen serta posisi jasa pelayanan pengiriman paket PT Pos Indonesia terhadap para pesaingnya, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Atribut pelayanan jasa pengiriman paket yang diinginkan konsumen dan menjadi pertimbangan dalam memilih dan menggunakan jasa pelayanan tersebut adalah :
 - a. Kecepatan paket tiba di tujuan
 - b. Keamanan isi paket terjamin
 - c. Adanya jaminan pengantaran paket sampai di tujuan
 - d. Prosedur pengiriman mudah
 - e. Lokasi pelayanan mudah dijangkau
 - f. Ganti rugi atas keterlambatan, kerusakan, atau kehilangan paket
 - g. Operator yang cekatan dan cepat tanggap terhadap kemauan pelanggan
 - h. Biaya / tarif untuk pengiriman paket relatif murah
 - i. Ruang pelayanan yang nyaman

Dari semua atribut ini, pelanggan mementingkan kecepatan, kemudahan dalam pengiriman, harga murah, dan adanya jaminan keamanan dalam jasa layanan pengiriman paket tersebut.

2. Dari hasil perhitungan tingkat kepuasan konsumen terhadap masing-masing jasa pelayanan pengiriman paket, dapat diketahui bahwa TIKI menempati posisi pertama dalam memenuhi kebutuhan konsumen, Utama *Express* menempati posisi kedua, dan PT Pos Indonesia berada pada posisi ketiga.

3. Terdapat 18 karakteristik teknis yang harus diperhatikan pihak pos dalam memenuhi kebutuhan konsumen akan jasa pengiriman paket. Dan karakteristik teknis yang menjadi prioritas utama dalam pengembangan jasa pelayanan pengiriman paket PT Pos Indonesia adalah jenis transportasi yang digunakan, rute angkutan armada jelas, jenis, jumlah, dan ukuran paket, serta jumlah armada yang tersedia.

VI.2 Saran

Saran yang dapat diberikan adalah :

1. PT Pos Indonesia sebaiknya mempertahankan atribut yang memiliki tingkat keunggulan lebih dari kedua pesaing, tetapi juga harus tetap melakukan perbaikan di hampir semua atributnya.
2. Dalam menerapkan perbaikan karakteristik teknis, sebaiknya PT Pos Indonesia memperhatikan urutan prioritas dari karakteristik teknis agar usaha pengembangan jasa layanan pengiriman paket dapat maksimal dan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dapat tercapai.
3. Sebaiknya PT Pos Indonesia memiliki nilai target dalam menjalankan kegiatan perusahaannya guna memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Nilai target tersebut dapat ditentukan berdasarkan nilai target pesaing dan pertimbangan pihak manajemen pos.
4. PT Pos Indonesia sebaiknya tidak hanya memberikan perhatian kepada dua pesaing utamanya saja, dalam hal ini TIKI dan Utama *Express* tetapi juga harus memperhatikan pesaing-pesaing lainnya. Karena pada zaman sekarang ini banyak perusahaan yang menyediakan jasa pelayanan pengiriman paket, baik dari dalam negeri maupun luar negeri.