

**EVALUASI PENERAPAN PROSEDUR PENGIRIMAN BARANG PADA
SISTEM PENJUALAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN
PERSPEKTIF KONSUMEN DI PERUSAHAAN EXPEDISI**

Ahmad Kholid

Universitas Negeri Surabaya

Ahmad Kholiddd@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study is to understand the application of delivery procedures on goods sales system in an effort to increase customer satisfaction. This research uses descriptive qualitative method and uses direct field observation approach on PT. Tridominic Surabaya, data was collected by interview with leaders, employees, and some documents in the form of delivery work report to know the data delivery and the type of research is case study. The finding on this research appear that the customer of PT. Tridominic Surabaya have enough satisfied with the condition and quality of service at time. This is based on research results that this factor has the highest satisfaction value of the company that has implemented the process of delivery of goods, internal control and procedures in accordance with the demand but there is lack of monitoring the contents turnover of container box towards condition of the process of goods delivery caused by loading of irregular cargo, resulting in decreased income.

Keyword:Delivery Process (cargo), Internal Control, Accounting system

PENDAHULUAN

Sektor jasa sangatlah penting dari tahun ketahun telah mengalami peningkatan yang cukup signifikan dibanding dengan tahun-tahun sebelumnya. sektor ini memberikan kontribusi dan peluang terhadap kemerataan perekonomian yang ada di Indonesia. Kontribusi ini dapat dilihat dalam berbagai aspek mulai dari segi laba maupun kemampuan untuk menyerap tenaga kerja. Industri jasa

sangatlah cukup bervariasi pada sektor jasa terlihat pada perkembangan dari berbagai industri jasa pengiriman barang (Expedisi).

Produk jasa yang ada di Indonesia perusahaan jasa pengiriman paket, terlihat dari animo masyarakat yang sangatlah penting dengan kebutuhan yang sangat tinggi terhadap kebutuhan jasa pengiriman paket kebeberapa daerah diseluruh wilayah Indonesia. Sehingga pada pelaku bisnis kompetitor dari sektor ini sangat tertarik untuk membuka peluang usaha jasa pengiriman paket. Pada jasa pengiriman paket tentunya konsumen sangat menginginkan pelayanan yang memuaskan dari perusahaan jasa pengriman paket yaitu dengan pengiriman barang yang cepat dan tepat waktu, jaminan keamanan paket (keutuhan dan keamanan saat pengiriman serta dengan asuransinya). Perusahaan juga tidak lagi terbatas pada produk saja tetapi juga pada aspek proses, sumber daya manusia dan lingkungan (Arbayah, 2013).

PT. Tridominic yang bergerak di bidang *freight forwarding* jasa pelayanan pengiriman yang sudah menerima pengiriman barang frozen food secara bersekala muatan besar dengan melakukan pengangkutan dengan melakukan *box countainer* yang disediakan dengan ukuran yang berbeda-beda sehingga konsumen bisa memilih ukuran yang sudah telah disediakan oleh perusahaan. *Freight forwarding* bertujuan untuk memberikan jasa pelayanan/pengurusan atas pada kegiatan yang seharusnya diperlukan bagi terlaksananya perosedur pengiriman dilakukan secara domestic pengangkutan dan pengiriman barang dengan menggunakan multimodal transport baik melalui darat, laut atau udara. Serta disesuaikan dengan ruang lingkup usahanya, *Freight forwader* menyelesaikan pada biaya-biaya yang timbul dari beberapa kegiatan-kegiatan transportasi, penanganan pada muatan *insurance*

liabilities yang harus diperlukan oleh pemilik barang. Peran perusahaan pelayanan merupakan salah satu proses penting dalam meningkatkan *value* perusahaan bagi konsumen. Perusahaan memberikan pelayanan kepada konsumen yang puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan akan berdampak terhadap loyalitas konsumen dan pemakaian ulang jasa disediakan perusahaan. Adapun cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam rangka memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen adalah menjalankan segala fungsi pengendalian dalam kegiatan operasionalnya terutama dalam penerimaan dan pengiriman barang yang merupakan aktivitas utama pada perusahaan dalam melayani konsumen.

Kecepatan dalam menganggapi keluhan yang terjadi pada konsumen, kecepatan ketanggapan karyawan dalam pengurusan klaim dari konsumen jika paket rusak atau hilang atau terlambat, kecepatan dalam hal pelayanan di *front office*, jaminan ganti rugi yang ditawarkan oleh perusahaan terhadap kiriman yang hilang atau rusak, bertanggung jawab terhadap keterlambatan pengiriman, kemampuan petugas *customer service* memberikan informasi yang dibutuhkan. Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai “*Satisfaction is a person's feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product or service's perceived performance (or outcome) to expectations*” (Kotler and Keller, 2012).

Dari prosedur pengiriman yang bagus masuk di dalamnya ada berbagai hal yang dapat mendukung konsep pengiriman paket yang lebih efisien dalam hal waktu dan biaya tanpa harus mengalami keterlambatan pengiriman paket, kerusakan paket sehingga menimbulkan kerugian konsumen. Bagi lembaga penyedia jasa pengiriman, kebutuhan akan faedah waktu dan tempat menjadi

jelas. Tempat atau lokasi, SDM, pengendalian, pengawasan, semua itu juga termasuk dalam prosedur pengiriman paket untuk yang tepat waktu sampai dikonsumen sesuai dengan jasa yang ditawarkan (pengiriman paket selama 1-14 hari), dan asuransi barang dalam upaya dapat memberikan kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh staff pemasaran yang sangat baik merupakan *Intangible assets* sehingga konsumen memiliki rasa percaya, hal ini membuat reputasi dan merk baik dan dikenal oleh para konsumennya. Tujuan umum pada perusahaan dalam kegiatan penjualan tercapainya terhadap efektivitas penjualan yang dapat dilihat dari tercapainya volume penjualan tertentu, tercapainya laba maksimal, dan mempertahankan atau bahkan meningkatkan volume penjualan dengan strategi perencanaan awal yang telah dipantau secara terus menerus. Efektifitas penjualan diukur dengan kepuasan konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk meminta tanggapan kepada perspektif konsumen dan indikator kualitas pelayanan pada sistem penjualan. Pengambilan data dilakukan menggunakan metode wawancara mendalam kepada perusahaan dan konsumen, penelitian ini diharapkan bisa menjadi media komunikasi antara perusahaan terkait tanggapan mereka atas kualitas pelayanan perusahaan yang dilakukan dan tanggapan konsumen tersebut.

KAJIAN PUSTAKA

Sistem Akuntansi

Pengertian Sistem Akuntansi

Sistem akuntansi perusahaan berperan penting dalam mengendalikan arus data akuntansi yang diolah untuk menyediakan informasi akuntansi yang tepat dan

akurat. Penyusunan sistem akuntansi disusun agar dapat memberikan informasi bagi pihak internal maupun eksternal. Sistem merupakan prosedur yang digunakan dalam menjalankan aktivitas utama perusahaan (Mulyadi, 2016). Menurut Susanto (2013), sistem merupakan gabungan dari sub sistem atau bagian fisik ataupun nonfisik yang berkaitan antara satu dengan lainnya dan bekerja sama untuk dapat memenuhi tujuan tertentu. Sistem merupakan rangkaian prosedur yang terpadu untuk memenuhi tujuan tertentu. Prosedur menurut (Baridwan, 2013) merupakan urutan pekerjaan karena (klerikal) yang melibatkan berbagai pihak dalam satu atau lebih kegiatan yang dibentuk untuk memastikan adanya perlakuan yang sama terhadap transaksi.

Faktor-faktor dalam Penyusunan Sistem Akuntansi

Faktor-faktor sistem yang harus dipertimbangkan dalam penyusunan sistem akuntansi yaitu sistem akuntansi yang disusun ini harus mempunyai prinsip cepat yaitu bahwa sistem akuntansi harus menyediakan informasi yang diperlukan tepat pada waktunya, dapat memenuhi kebutuhan, dan dengan kualitas yang sesuai (Baridwan, 2013). Sistem akuntansi yang disusun itu harus mampu memenuhi prinsip aman yang berarti bahwa sistem akuntansi harus dapat menjaga keamanan harta milik perusahaan maka sistem akuntansi harus disusun dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip pengawasan intern.

Tujuan Sistem Akuntansi

Tujuan umum dalam penyusunan adalah untuk menyediakan informasi bagi pengelolaan kegiatan usaha baru (Mulyadi, 2016). Dalam perusahaan yang baru berjalan sangat dibutuhkan pengembangan sistem akuntansi. Pada perusahaan dibidang dagang, jasa, manufaktur sangat memerlukan pengembangan

sistem akuntansi lengkap, hal ini berguna agar kegiatan perusahaan berjalan dengan lancar.

Unsur-unsur Sistem Akuntansi Pokok

Menurut Mulyadi (2016:3) terdapat lima unsur pokok di dalam sistem akuntansi, yaitu: dokumen yang digunakan untuk merekam terjadinya transaksi, jurnal merupakan catatan suatu transaksi akuntansi yang dilakukan pertama kali digunakan sebagai mencatat, mengklasifikasikan, dan meringkas data keuangan dan data lainnya. Buku besar (*general ledger*) terdiri dari rekenig-rekening yang digunakan untuk meringkas data keuangan yang telah dicatat sebelumnya dalam jurnal akuntansi, buku pembantu terdiri dari rekening-rekening pembantu yang merinci data keuangan yang tercantum dalam rekening tertentu dalam buku besar dan laporan keuangan yang dapat berupa neraca, laporan rugi laba, laporan perubahan modal, laporan harga pokok produksi, dan lain-lain.

Sistem Pengendalian Internal

Pengendalian internal merupakan metode bagi pihak manajemen untuk menjaga harta kekayaan suatu organisasi, meningkatkan efektivitas dan efisiensi kinerja (Anggreini, 2012:10). Definisi sistem pada pengendalian intern yang bertujuan menekankan yang hendak dicapai, dan bukan pada unsur-unsur yang membentuk sistem tersebut. Dengan demikian, pengertian pengendalian internal tersebut diatas berlaku baik dalam sebuah perusahaan yang mengolah informasinya secara manual, dengan mesin pembukuan, maupun dengan komputer (Mulyadi, 2014:163).

Kualitas Pelayanan

Kualitas yaitu sesuatu yang harus dikerjakan bagi penyedia jasa dengan baik. Kualitas suatu produk atau jasa bagian utama dalam strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh. Pada konsep kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian.

Hal ini bisa dilihat dari definisi yang dirumuskan oleh Goetsh dan Davis (Fandy, 2014) sebagai berikut “kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang dapat memenuhi atau melebihi harapan”. Fandy juga berpendapat kualitas pelayanan yang berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen”.

Tinjauan Pelayanan

Pelayanan adalah aktivitas atau hasil yang dapat ditawarkan oleh sebuah lembaga kepada pihak lain yang biasanya tidak kasat mata, dan hasilnya tidak dapat dimiliki oleh pihak lain tersebut”. Dari definisi tersebut dapat dijelaskan bahwa pelayanan merupakan segala usaha atau aktifitas yang dilakukan oleh seseorang atau sebuah lembaga kepada pihak lain dalam rangka mendapatkan kepuasan dalam hal pemenuhan kebutuhan yang pada hakekatnya bersifat tidak berwujud atau tidak terlihat dan tidak dapat dimiliki oleh pihak lain.

Konsep Kepuasan konsumen

Perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan konsumen telah semakin besar bagi setiap organisasi bisnis dan nirlaba, eksekutif bisnis, dan juga

bagi para birokrat dan politisi. Persaingan yang semakin ketat, di mana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan konsumen dalam pernyataan misinya, iklan, maupun *public relations release*.

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen adalah sebagai berikut: kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan konsumen ketika konsumen sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen atau pemasok produk (perusahaan). Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya. Pengalaman dari teman-teman, dimana mereka akan menceritakan kualitas produk yang akan dibeli oleh konsumen itu. Hal ini jelas mempengaruhi persepsi konsumen terutama pada produk-produk yang dirasakan berisiko tinggi. Komunikasi melalui iklan dan pemasaran juga mempengaruhi persepsi konsumen. Orang-orang di bagian penjualan dan periklanan sebaiknya tidak membuat kampanye yang berlebihan melewati tingkat ekspektasi konsumen.

Penerimaan dan Pengiriman Barang

Prosedur penerimaan barang ini dimulai dengan pembuatan dokumen permintaan pembelian oleh petugas pencatat kartu persediaan. Pada intinya, permintaan pembelian ini memberikan informasi bahwa jumlah persediaan di gudang sudah meneipis sehingga perlu dilakukan pengisian ulang dengan mengadakan pembelian barang. Setelah itu ditandatangani oleh kepala gudang, dokumen tersebut diserahkan kebagian pembelian. Berdasarkan surat permintaan

pembelian, bagian pembelian menulis surat permintaan penawaran harga kepada beberapa *supplier*.

Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang dijadikan acuan dalam penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh: Arbayah (2013), dalam penelitiannya mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Mex berlian dirgantara cargo Samarinda dengan menggunakan variabel dependen pada kepuasan konsumen independen kualitas pelayanan analisis regresi linier Berganda variabel *tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Martinus J. K dan Betri (2016), meneliti tentang analisis penerapan sistem informasi akuntansi jasa espedisi diperusahaan PT. Auto Prima Sukses. Sistem Informasi Akuntansi Jasa dengan teknis analisis data deskriptif kualitatif penerapan sistem informasi akuntansi jasa ekspedisi telah berjalan dengan cukup baik, namun masih memiliki beberapa kelemahan.

Rifa Harjanti (2014), sistem informasi ekspor dan impor barang di PT. Wira Prima Samudera Sejahtera Semarang dalam bidang sistem informasi ekspor dan impor barang dengan menggunakan variabel deskriPT.if kualitatif. Adapun hasil penelitian yaitu sistem informasi dapat memberikan laporan data dokumen barang impor dan ekspor secara realtime pada PT. Wiraprime Samudera Sejahtera Semarang secara cepat dan akurat.

Ahmad Zulkarnaen (2010), meneliti terkait analisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan jasa pengiriman ekspres (studi kasus: PT. Pandu Siwi Sentosa Cabang Bogor). Menggunakan variabel dependen. Hasil penelitian

pada tingkat kepuasan atribut mutu jasa secara keseluruhan yang dinilai dari pelanggan memiliki predikat “Puas” sesuai dengan selang kriteria kepuasan pelanggan yang terletak pada rentang antara 0,66-0,80.

METODE

Dalam peneliti ini menggunakan pendekatan kualitatif sehingga penelitian ini lebih menekankan pada makna dan proses daripada hasil suatu aktivitas. Pengertian dari jenis penelitian studi kasus yaitu suatu penelitian yang rinci tentang latar atau subjek tunggal, atau satu tempat penyimpanan dokumen, atau suatu peristiwa tertentu. Pendekatan yang digunakan oleh peneliti untuk menganalisis pelaksanaan sistem informasi akuntansi berbasis komputer terhadap kepatuhan pengendalian internal dalam mencegah praktik kecurangan pada PT. *Tridominic* Surabaya adalah pendekatan kualitatif. Metode kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. (Sugiyono, 2012:11). Penelitian deskri PT. Tridominic Surabaya dimaksudkan untuk mendeskripsikan secara sistematis dan akurat situasi atau area populasi tertentu yang bersifat faktual. Dalam hal ini peneliti berupaya mendeskripsikan mengenai evaluasi penerapan prosedur pengiriman barang pada sistem penjualan dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen di perusahaan expedisi PT. *Tridominic* Surabaya.

Populasi merupakan suatu kesatuan individu atau subjek pada wilayah dan waktu serta kualitas tertentu yang akan diamati/diteliti (Supardi, 2005: 101). Menurut Sugiyono (2012:119) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Populasi dibatasi sebagai sejumlah kelompok atau individu yang paling sedikit mempunyai satu sifat yang sama). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah karyawan bagian administrasi dan konsumen pada PT. Tridominic Surabaya.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi dijelaskan dalam Sugiyono (2012:120). Meskipun sampel hanya merupakan bagian dari populasi, kenyataan-kenyataan yang diproleh dari sampel itu harus dapat menggambarkan dalam populasi.

Teknik pengambilan data sampel ini biasanya didasarkan oleh pertimbangan tertentu, misalnya keterbatasan waktu, tenaga dan dana sehingga tidak dapat mengambil sampel yang besar dan jauh. Adapun cara dalam penentuan sampel, penulis menggunakan cara *purposive sampling*. Hal ini dilakukan dengan cara mengambil subjek bukan didasarkan atas strata, random atau daerah tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu. Sugiyono (2012:126) menjelaskan bahwa *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari delapan responden, yaitu karyawan administrasi PT. Tridominic Surabaya.

Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan lagi sampai tahap tertentu hingga diperoleh data yang dianggap kredibel. Selain itu, aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.

HASIL DAN PEBAHASAN

PT. Tridominic Surabaya menyediakan berbagai jasa layanan pengiriman barang untuk konsumen korporat maupun perseorangan. PT. Tridominic Surabaya memberikan layanan bagi pengguna jasa /*customer* yang mengirimkan barang kirimanya dimana waktu penyampaian sesuai dengan penjadwalan pengiriman muatan yang dituju pada hari yang sesuai dengan estimasi kota tujuan.

Mempunyai kantor 3 cabang dan mempunyai petikemas sendiri berbagai ukuran 250 muatan petikemas yang siap mengantarkan berbagai wilayah di indonsia. PT. Tridominic Surabaya dapat melayani tepat dan cepat pengelolahan logistic dan pengantaran bagi banyak perusahaan terkemuka.

Analisa Kepuasan Pelanggan PT. Tridominic Surabaya

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil survei terhadap pelanggan PT. Tridominic Surabaya dengan menggunakan kuesioner (data terlampir) maka dapat dianalisa berdasarkan Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan untuk kegiatan jasa angkut barang adalah sebagai berikut : kebersihan dan kerapian gedung/kantor PT. Tridominic Surabaya beserta karyawannya kebersihan merupakan salah satu

faktor yang termasuk dapat dirasakan dan dapat dilihat langsung oleh pelanggan/*customers* dan termasuk faktor sering dinilai pelanggan.

Kebersihan dan kerapian gedung/kantor PT. Tridominic Surabaya beserta karyawannya juga tidak dapat diabaikan pula, karena ini akan mencerminkan citra atau *image* perusahaan di mata pelanggannya/*customers*. Adapun tingkat kepentingan dari 10 responden terhadap faktor kebersihan dan kerapian gedung/kantor PT. Tridominic Surabaya beserta karyawannya.

Penataan eksterior (lokasi parkir, & lain-lain) dan interior (ruang lobby/ruang tunggu & lain-lain) di Kantor PT. Tridominic Surabaya. Dalam hal ini yang langsung terlihat oleh pelanggan adalah kantor PT. Tridominic Surabaya dimana eksterior harus dalam kondisi baik dan rapi (penataan lokasi parkir, dll). Sedangkan untuk interior kantor PT. Tridominic Surabaya yang diutamakan adalah ruang lobby (ruang tunggu) yang nyaman dan lapang, dengan fasilitas yang memadai sehingga para pelanggan dapat menunggu dengan nyaman selama proses pembuatan dokumen ekspor (fasilitas TV, surat kabar).

Kelengkapan, kesiapan dan kebersihan peralatan/ *container handling* PT. Tridominic Surabaya (*Gantry Crane, RTG, Forklift, dll*). Kelengkapan kesiapan dan kebersihan peralatan/*container handling* tidak kalah penting dengan kedua faktor diatas, karena kondisi peralatan yang lengkap dan selalu siap akan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap kinerja PT. Tridominic Surabaya.

Analisa Kehandalan (*Reliability*)

Kecepatan pemrosesan dokumen CEIR (*Container Equipment Interchange Receipt*)/ *Job Slip (Job Order)*, untuk pengiriman Peti Kemas daripihak PT. Tridominic Surabaya waktu yang diperlukan oleh perusahaan dalam melayani

proses pembuatan dokumen CEIR untuk kegiatan pengiriman sangatlah penting bagi para pengguna jasa PT. Tridominic Surabaya. Untuk itu perusahaan wajib menjamin kecepatan pemrosesan dokumen CEIR sesuai standart yang telah ditentukan oleh perusahaan tersebut. Karena hal ini dapat mencerminkan tanggung jawab perusahaan terhadap para pelanggannya (*customers*).

Pelayanan yang cepat, tepat dan ramah serta selalu siap menolong yang diberikan karyawan PT. Tridominic Surabaya dalam memberikan pelayanan yang efektif, diharapkan pihak PT. Tridomenic Surabaya dapat memberikan pelayanan yang cepat, tetap dan selalu ramah serta siap menolong kepada pelanggan/*customers*. Berikut ini adalah data mengenai tingkat kepentingan pelanggan terhadap pelayanan yang cepat, tepat dan ramah serta selalu siap. Tingkat kepentingan responden terhadap pelayanan yang cepat, tepat dan ramah serta selalu siap menolong yang diberikan pelanggan.

Pelayanan operator bongkar muat peti kemas yang cepat dan tepat (waktu pelayanan) salah satu faktor yang tidak kalah penting adalah pelayanan operator bongkar muat peti kemas. Dalam hal ini operator dituntut untuk bekerja dengan cepat dan tepat sesuai standart operator bongkar muat yang telah ditetapkan.

Analisa Ketanggapan (*Responsiveness*)

Kemampuan karyawan PT. Tridomenic Surabaya untuk cepat tanggap dalam menghadapi keluhan/masalah yang timbul dari *customer*/pengguna jasa. Kemampuan perusahaan terutama karyawan untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul misalnya apabila keterlambatan dalam pengiriman barang maka perusahaan dapat dengan segera mengatasinya dengan mengalihkan proses pengiriman ke perusahaan lain. Petugas PT. Tridomenic

Surabaya memberikan layanan informasi jelas dan mudah dipahami agar konsumen mudah dimengerti tentang prosedur pelayanan pelanggan/*customer*. Dengan demikian para petugas PT. Tridomenic Surabaya dituntut untuk memberikan informasi yang jelas dan mudah tentang prosedur pelayanan ekspor kepada pelanggan/*customers*. Dari hasil diperoleh hasil penilaian terhadap tingkat kepentingan petugas PT. Tridomenic Surabaya memberikan informasi jelas dan mudah dimengerti tentang prosedur pelayanan ekspor kepada pelanggan.

Analisa Kepastian (*Assurance*)

Kecakapan terhadap *customer service officers* (CSO) yang ada di PT. Tridomenic Surabaya. Adapun tingkat kepentingan responden terhadap faktor pengetahuan dan kecakapan *Teller* maupun CSO dari pihak PT. Tridomenic Surabaya. Kecakapan serta keterampilan pada petugas administrasi maupun petugas lapangan untuk menjaga tingkat kepercayaan lebih tinggi dan loyalitas para pelanggan diperusahaan PT. Tridomenic Surabaya harus selalu menjaga kualitas pelayanan dengan meningkatkan ketrampilan dan kecakapan para petugas administrasi maupun petugas lapangan dari PT. Tridomenic Surabaya. Ketrampilan dan kecakapan para petugas administrasi maupun petugas lapangan dari PT. Tridomenic Surabaya dapat dilihat pada tingkat kepentingan responden terhadap ketrampilan dan kecakapan para petugas administrasi maupun petugas lapangan dari PT. Tridomenic Surabaya.

Analisa Empati (*Empaty*)

Pihak PT. Tridomenic Surabaya selalu memberikan perhatian yang lebih secara individu kepada pelanggan/*customers*. Kemampuan pihak PT. Tridomenic Surabaya untuk dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggannya

merupakan suatu nilai tambah bagi perusahaan tersebut, di mana pihak PT. Tridomenic Surabaya dapat mengerti dan menganalisa kebutuhan dan keinginan pelanggan. Usaha lain yang dapat dilakukan perusahaan adalah peningkatan kemampuan karyawan untuk dapat memahami kebutuhan pelanggannya melalui pelatihan khusus. Bertanggung jawab keamanan dan kenyamanan pelanggan (*customers*). Rasa aman merupakan suatu yang diperlukan oleh setiap manusia dalam menjalankan setiap kegiatan dan ini sudah menjadi keharusan, demikian pula dengan pelanggan PT. Tridomenic Surabaya.

Analisa Kinerja Prosedur Pengiriman dan Kepuasan Pelanggan

Pada uraian diatas telah dijabarkan dalam hasil kuisioner yang sudah telah disebarluaskan keresponden baik untuk kegiatan pengiriman dari pelanggan PT. Tridominic Surabaya. Dengan adanya data yang telah didapatkan dari hasil kuisioner dan, maka dapat diketahui beberapa faktor yang termasuk prioritas utama, prioritas rendah, berlebihan maupun faktor yang harus dipertahankan untuk menjaga kualitas pelayanan dari PT. Tridominic Surabaya. Berdasarkan diatas maka dapat dikatakan bahwa faktor kelengkapan, Kesiapan dan kebersihan peralatan/kontainer handling PT. Tridomenic Surabaya (Gantry Crane, RTG, Forklift, dll) merupakan yang paling penting bagi konsumen dan untuk hal tersebut sejumlah enam responden menyatakan sangat baik dan empat responden menyatakan baik.

SIMPULAN

Secara umum pengguna jasa PT. Tridominic Surabaya untuk kegiatan ekspedisi barang dengan kondisi dan kualitas pelayanan saat ini. Berdasarkan

hasil pembahasan mengenai prosedur pengiriman yang telah diterapkan oleh PT. Tridominic Surabaya maka Pemrosesan terhadap dokumen CEIR (*Container Equipment Interchange ReceiPT.*) /Job Slip (*Job Order*) pengiriman yang sangat penting dalam pemerosesan kurang memuaskan dengan adanya itu mengenai pelayanan juga berpengaruh segala aktifitas yang dijalankan perusahaan sangatlah penting untuk prespektif konsumen di perusahaan. Dalam hal ini PT. Tridominic Surabaya dalam hal pelayanan merupakan yang sangat berpengaruh terhadap kemampuan sumber daya manusia yang ada di PT. Tridominic Surabaya harus cepat tanggap dalam menghadapi keluhan/masalah yang timbul dari konsumen penguna jasa, serta adanya kebijakan mengenai sumberdaya manusia yang mampu menciptakan situasi kerja yang kondusif. Akan tetapi dalam hal komitmen perusahaan terhadap kompetisi dari karyawan belum dilakukan dengan maksimal sebab kegiatan pelatihan dan seminar belum dilakukan secara rutin dan terjadwal. Melihat permasalahan-permasalahan tersebut dapat dinilai juga bahwa pengendalian internalnya sangatlah lemah dan jika hal ini sering terjadi maka tidak menutup kemungkinan timbul berkurangnya *customer* dan perusahaan mengalami kerugian.

Dengan nilai kepuasan didapatkan dari hasil kuesioner dan wawancara, maka dapat diketahui ada beberapa faktor-faktor yang manakah termasuk prioritas utama, prioritas rendah, faktor yang harus dipertahankan untuk menjaga kualitas pelayanan dari PT. Tridominic Surabaya. Secara umum pengguna jasa PT. Tridomenic Surabaya untuk kegiatan Jasa Pengiriman cukup puas dengan adanya kondisi dan kualitas pelayanan saat ini. Namun jika pihak PT. Tridominic Surabaya harus meningkatkan kemampuan sumber daya manusianya karyawan

TPKS harus lebih cepat tanggap dalam menghadapi keluhan/masalah yang timbul dari *customer/pengguna jasa*. Pelayanan operator bongkar muat Petikemas yang kurang cepat dan tepat (waktu pelayanan).

Namun jika pihak PT. Tridominic Surabaya ingin meningkatkan daya tarik bagi para pengguna jasa, maka perlu diupayakan peningkatan faktor kelengkapan, kesiapan dan kebersihan peralatan handling PT. Tridominic Surabaya (*Gantry Crane, RTG, Forklift*). Kekurangan tersebut dikarenakan indikasi pernyataan pelanggan dan dikarenakan bahwa regulasi perputaran kontainer kurang cepat sehingga berdampak pada konsumen dan tidak stabil, penumpukan sehingga memberikan dampak pada perusahaan yaitu target perputaran perbulan tidak terpenuhi target 300 kontainer.

DAFTAR PUSTAKA

- A Hall, J. 2011. *Accounting Information System*. Edisi 4. Jakarta: Salemba Empat.
- Arbayah. 2013. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Mex Barlian Dirgantara Cargo Samarinda." *Ejurnal Administrasi Bisnis*, Vol 1(1), Hal. 84–93.
- Baridwan, Z. 2013. *Sistem Akuntansi Penyusunan Prosedur dan Metode*. Yoyakarta: STIE YKPN.
- Bodnar, G. H., Hopwood, W. S., Yusuf, A. A. & Tambunan, T. M. 2010. *Sistem Informasi Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wahyuni, S. 2013. "Pelaksanaan Sistem Pengendalian Intern Terhadap Prosedur Penerimaan Dan Pengeluaran Barang Pada Ud. Dwi Jaya Sentosa Surabaya." *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, Vol. 2(3), Hal. 1–23.
- Fandy, T. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta:Andi Publisher.
- Harjanti, R. 2014. "Sistem Informasi Ekspor dan Impor Barang di PT. Wirpprima Samudra Sejahtera Semarang." *Artikel Ilmiah Fakultas Ilmu Komputer*.
- Institut Akuntan Publik Indonesia (IAPI). 2011. *Standar Profesional Akuntan Publik (SPAP)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. & Armstrong, G. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Amstrong, G. 2014. *Principle of Marketing* 14 Edition. England: Pearson Education.
- Kotler, P. and Keller, K. L. 2012. *Marketing Management* 13 Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

- Krismiaji. 2010. *Sistem Informasi Akuntansi* . Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Martinus, J. & Betri. 2010. "Analisis Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Jasa Eskpedisi di Perusahaan PT. Auto Prima." *STIE MD*, Hal. 1–7.
- Mulyadi. 2010. *Sistem Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyadi. 2016. *Sistem Akuntansi Edisi Keempat*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyadi. 2014. *Auditing*. Bandung: Salemba Empat.
- Susanto, A. 2013. *Sistem Informasi Akuntansi*. Bandung: Lingga Jaya.
- Tunggal, A. W. 2010. *Teori dan Praktek Auditing*. Jakarta: Harvarindo.
- Wahyuni, S. 2013. "Pelaksanaan Sistem Pengendalian Intern Terhadap Prosedur Penerimaan dan Pengeluaran Barang Pada UD.Dwi Jaya Sentosa Surabaya." *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi* Vol.2 No. 3.
- Zulkarnaen, A. 2010. "Analisis Tingkat Pelayanan Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Ekspres." *Ejournal Institut Pertanian*. Vol. 1(1), Hal. 1-20.