

**ANALISIS *SERVICE EXCELLENCE* PADA LAYANAN *FIRST MILE* DAN *LAST MILE* iD EXPRESS JAWA TIMUR
PERSPEKTIF SYARIAH**

TESIS

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Magister dalam Program Studi Ekonomi Syariah**



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**Oleh
Asyrof Yahya Prayoga
NIM. F02419105**

**PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2022

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Asyrof Yahya Prayoga
NIM : F02419105
Program : Magister (S-2)
Institusi : Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya
Judul Tesis : Analisis *Service Excellence* Pada Layanan *First Mile*
Dan *Last Mile* iD Express Jawa Timur Perspektif Syariah.

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 21 Juni 2022

Saya yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a yellow 1000 Rupiah postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '1000', 'METAL TEMPEL', and 'C48AAAJX545763995'.

Asyrof Yahya Prayoga

NIM. F02419105

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tesis berjudul "*Analisis Service Excellence Pada Layanan First Mile Dan Last Mile iD Express Jawa Timur Perspektif Syariah.*" yang ditulis oleh Asyrof Yahya Prayoga NIM. F02419105 ini telah disetujui pada tanggal 21 Juni 2022.


Oleh:

Pembimbing I



Dr. Mugiyati., S. Ag. M.E.I
NIP. 197102261997032001

Pembimbing II



Dr. H. Abdul Hakim., M.E.I
NIP. 197008042005011003

LEMBAR PENGESAHAN

Tesis berjudul "*Analisis Service Excellence Pada Layanan First Mile Dan Last Mile iDexpress Jawa Timur Perspektif Syariah*" yang ditulis oleh Asyrof Yahya Prayoga NIM. F02419105 ini telah diuji dalam Ujian Tesis pada tanggal 5 Juli 2022.

Tim Penguji :


1. Dr. Mugiyati., S. Ag. M.E.I (Ketua/ Penguji)
2. Dr. H. Abdul Hakim., M.E.I (Sekretaris/ Penguji)
3. Dr. Nurhayati, M. Ag. (Penguji I)
4. Dr. Hj. Ika Yunia Fauzia, Lc., MEI (Penguji II)



Surabaya, 12 Juli 2022

Direktur,




Prof. H. Masdar Hilmy, S.Ag., MA, Ph.D.
NIP. 197103021996031002



KEMENTRIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax. 031-8413300 E-mail:
perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Asyrof Yahya Prayoga
NIM : F02419105
Fakultas/Jurusan : Pascasarjana / Magister Ekonomi Syariah
E-mail : asyrofprayoga@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☐ Skripsi ☒ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)

Yang berjudul:

Analisis Service Excellence Pada Layanan First Mile Dan Last Mile iD Express Jawa Timur Perspektif Syariah

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikan, dan menampilkan/ mempublikasikan di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan/atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 24 Juli 2022

Penulis

Asyrof Yahya Prayoga

ABSTRAK

Tesis yang berjudul “Analisis *Service Excellence* Pada Layanan *First Mile* Dan *Last Mile* iD Express Jawa Timur Perspektif Syariah” ini merupakan hasil penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menjawab Bagaimana Pelayanan *Service Excellence* yang diterapkan oleh iD Express Jawa Timur dan Bagaimana analisis *Service Excellence* pada layanan *First mile* dan *Last Mile* di iD Express Jawa Timur perspektif syariah.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara kepada perwakilan tim operational dan tim support iD Express Jawa Timur, observasi baik di kantor maupun diluar kantor dan dokumentasi. Peneliti melakukan analisis data yang didapat dari hasil penelitian yang dilakukan dua kali dalam satu minggu dan dalam jangka waktu dua bulan penuh.

Hasil penelitian yang diperoleh menyatakan bahwa Penerapan *Service Excellence* pada layanan *First mile* dan *Last Mile* di iD Express Jawa Timur menggunakan teori dimensi *Servqual TERRA*, yaitu *assurance* (menumbuhkan kepercayaan customer), *reliability* (menepati janji), *tangible* (menunjukkan eksistensi pada pihak eksternal), *emphaty* (memahami kebutuhan customer) dan *responsiveness* (cepat dan tepat dalam pelayanan).

Analisis dalam penelitian ini menyatakan bahwa Pelayanan *Service Excellence* yang di terapkan pada layanan *First mile* dan *Last Mile* di iD Express Jawa Timur telah sesuai dengan SOP iD Express Jawa Timur yang berlaku. *service excellence* yang diterapkan oleh iD Express Jawa Timur telah sesuai dengan teori dimensi *Servqual TERRA* dan juga sesuai dengan alQur'an Surat Al-Ahzab:21, dan An-Nahl:125. Juga sesuai dengan hadis Rasulullah SAW yakni selalu berupaya memberikan manfaat kepada masyarakat, dan selalu memberikan pelayanan dengan senyuman dan tutur kata yang baik.

Kata kunci: *Service Excellence*, Logistik, iDExpress.

ABSTRACT

The thesis entitled "Analysis of Service Excellence in First Mile and Last Mile Services iD Express East Java Sharia Perspective" is the result of qualitative research that aims to answer how Service Excellence Services are implemented by iD Express East Java and how to analyze Service Excellence on First mile services. and Last Mile at iD Express East Java from a sharia perspective.

The research method used is descriptive qualitative. The data collection technique used was interviews with representatives of the operational team and the East Java iD Express support team, observations both in the office and outside the office and documentation. Researchers analyzed the data obtained from the results of research conducted twice a week and within a full two months

The results obtained state that the implementation of Service Excellence in First mile and Last Mile services at iD Express East Java uses the Servqual TERRA dimension theory, namely assurance (growing customer trust), reliability (keeping promises), tangible (showing existence to external parties), empathy (understanding customer needs) and responsiveness (fast and precise in service).

The analysis in this study states that the Service Excellence Service that is applied to the First mile and Last Mile services at iD Express East Java is in accordance with the applicable East Java iD Express SOPs. service excellence implemented by iD Express East Java is in accordance with the Servqual TERRA dimension theory and also in accordance with the Qur'an Al-Ahzab: 21, and An-Nahl: 125. Also in accordance with the hadith of the Prophet Muhammad, which is always trying to provide benefits to the community, and always provide service with a smile and good words.

Keywords: Service Excellence, Logistics, iDExpress.

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTTO.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TRANSLITERASI.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah.....	13
C. Rumusan Masalah.....	14
D. Tujuan Penelitian	14
E. Kegunaan Penelitian	15
F. Kerangka Teoritik	16
G. Penelitian Terdahulu	19
H. Metode Penelitian	21
I. Sistematika Pembahasan	28
BAB II KANSEI ENGGINERING, SERVQUAL FOR LOGISTICK & <i>SERVICE EXCELLENCE</i> PERSPEKTIF ISLAM	30
A. Kansei Engginering.....	30
B. Servqual	38
1. Pengertian Servqual	38
C. Konsep <i>Service Excellence</i> Perspektif Syariah (Alquran dan Hadits)	42
D. Konsep <i>Service Excellence</i>	42

BAB III LAYANAN <i>FIRST MILE</i> DAN <i>LAST MILE</i> PADA iD EXPRESS JAWA TIMUR.....	48
A. Gambaran umum iDexpress Jawa Timur.....	48
B. Penerapan <i>Service Excellence</i> Pada Layanan <i>First mile</i> dan <i>last mile</i> di iDexpress Jawa Timur.....	62
BAB IV ANALISIS <i>SERVICE EXCELLENCE</i> PADA LAYANAN <i>FIRST MILE</i> DAN <i>LAST MILE</i> iD EXPRESS JAWA TIMUR.....	70
A. Analisis Pelayanan <i>Service Excellence</i> Yang Diterapkan Oleh iD express Jawa Timur	70
B. Analisis <i>Service Excellence</i> Pada Layanan <i>First Mile</i> dan <i>Last Mile</i> iDexpress Jawa Timur.....	75
BAB V PENUTUP.....	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN	87

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Logistik dapat menentukan maju mundurnya perekonomian suatu negara. Dengan perannya yang penting tersebut, logistik dapat dikatakan sebagai *lifeblood* perekonomian suatu negara. Negara yang memiliki indikator kinerja logistik yang tinggi, besar kecenderungannya untuk memiliki pertumbuhan ekonomi dan kualitas pembangunan yang tinggi pula. Tidak itu saja, budaya, tingkat kehidupan, dan kesejahteraan orang per orang dalam suatu negara juga dapat terangkat dengan adanya kinerja logistik yang tinggi di suatu negara. Singkatnya, peran logistik tidak hanya terbatas dalam memberikan kontribusi pada level makroekonomi saja seperti, peningkatan pendapatan nasional, pertumbuhan ekonomi, perluasan dan penciptaan kesempatan kerja, dan derasnya arus masuk investasi dan perdagangan, melainkan juga dapat mampu mendongkrak dan menggeser kurva produksi ke kanan dan sekaligus meningkatkan kekuatan daya saing perusahaan pada level mikroekonomi.¹

¹ Van derVorst, Supply chain Management: Theory and Practices. Wageningen: Wageningen University and Research. 2004; B. Edgert, T. Kozluk, dan D. Sutherland, "Infrastructure and Growth: Empirical evidence", William Davidson Institute Working paper, no. 957, 2009; JP. Rodrigue, The Benefits Of Logistic Investment: Opportunities for Latin America and the Carribean, Washington D.C: Inter-American Development Bank, 2012; S. Sezer & T. Abasiz. "The impact of Logistic Industry on Economic Growth: An Application in OECD Countries", Eurasian Journal of Social Sciences, Vol. 5 (1), 2017.

Namun sayangnya kinerja logistik Indonesia masih belum memuaskan. Diukur berdasarkan Indeks Kinerja Logistik atau *logistic performance index* (LPI), Indonesia pada tahun 2018 memiliki LPI sebesar 3,15. LPI sebesar ini menempatkan Indonesia di lingkup negara ASEAN berada di urutan kelima setelah Singapura (4,00), Thailand (3,41), Vietnam (3,27), dan Malaysia (3,22). Jika LPI Indonesia tersebut diurutkan dengan LPI 160 negara anggota Bank Dunia, Indonesia menempati peringkat 46. Walaupun LPI Indonesia tahun 2018 tersebut memang mengalami peningkatan dibandingkan LPI tahun 2014 yang berada pada peringkat 63 dengan skor 2,98.² Indonesia belum pantas untuk berpuas diri dengan ranking yang meningkat posisinya pada tahun 2018 tersebut. Pasalnya, LPI Indonesia tersebut masih berada jauh di belakang baik terhadap negara-negara di lingkup ASEAN dan apalagi terhadap 160 negara di dunia.

Dalam menetapkan nilai LPI, komponen yang digunakan Bank Dunia terdiri dari efisiensi pemeriksaan di perbatasan (*efficiency of custom clearance*), kualitas infrastruktur (*infrastructure quality*), kemudahan mengatur pengiriman (*ease of arrangement shipments*), kualitas dan kompetensi layanan logistik (*quality and competence of logistic services*), kemampuan melacak pengiriman (*ability to track and trace consignments*), dan ketepatan waktu pengiriman (*timeliness of deliveries*). Dari komponen LPI ini, Indonesia memiliki catatan terburuk pada komponen efisiensi

² Kontan, "Indonesia Naik 17 Tingkat Dalam Indeks Logistik Dunia 2018", (online), (<https://industri.kontan.co.id/news/indonesia-naik-17-tingkat-dalam-indeks-logistik-dunia-2018>, diakses 30 September 2020)

proses di perbatasan dengan indeks 2,67. Ini mengindikasikan salah satunya bahwa proses custom clearance masih berbelit-belit. Komponen kedua terburuk yaitu pada komponen kualitas infrastruktur transportasi seperti rel kereta api, pelabuhan, dan jalan dengan indeks 2,90 dari 5,00.

Buruknya kedua komponen di atas tentu tidak mengherankan. Hal ini antara lain karena kondisi geografis Indonesia berbentuk kepulauan dengan jumlah 17.504 pulau yang tercatat sampai Desember 2019. Dengan ribuan pulau tersebut, upaya untuk mendekatkan mata rantai pasokan membutuhkan perencanaan, strategi, dan pembiayaan yang besar. Sementara kemampuan untuk membiayai pembangunan logistik kepulauan Indonesia masih sebesar seperlima Produk Domestik Bruto (PDB).⁴ Pada tahun 2016, misalnya, biaya memajukan logistik Indonesia mencapai 26,64 persen dari PDB. Biaya logistik ini menurun menjadi 24 persen dari PDB pada tahun 2019. Namun biaya memajukan logistik tersebut relatif lebih besar dibandingkan dengan biaya logistik yang dikeluarkan negara seperti Thailand sebesar 15 persen, Malaysia sebesar 13 persen maupun Jepang dan Singapura yang hanya 8 persen PDB. Bahkan biaya logistik tersebut merupakan salah satu yang tertinggi di dunia.³

Salah satu poin penilaian LPI adalah kualitas dan kompetensi layanan logistik (*quality and competence of logistic services*), dan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang logistik akan sangat erat kaitanya dengan customer karena yang di jual adalah

³ BeritaTrans, “Performa Logistik Indonesia Masih Kalah Dengan Tetangga Sebelah Termasuk Vietnam”, (online), (<http://beritatrans.com/2019/08/08/performa-logistik-indonesiamasih-kalah-dengan-tetangga-sebelah-termasuk-vietnam/>), diakses 30 September 2020)

jasa. Oleh karena itu biasanya selain membangun citra perusahaan untuk bisa di lihat baik oleh calon customer perusahaan akan secara mati-matuian untuk memberikan sebuah pelayanan yang prima untuk berusaha memuaskan customer yang sudah menggunakan jasa mereka. Pelayanan prima atau *service excellence* merupakan salah satu kekuatan perusahaan untuk bersaing dengan perusahaan lain, karena pelayanan prima merupakan kunci kenyamanan konsumen. Konsumen yang nyaman akan menjadi loyal terhadap perusahaan, dan loyalitas konsumen adalah aset yang berharga bagi perusahaan.

Menurut Prasetyorini, pelayanan prima (*excellent service/customer care*) secara arti merupakan pelayanan yang sangat baik, atau pelayanan yang terbaik. Pelayanan prima (*customer care*) adalah faktor penentu dalam keberhasilan suatu perusahaan. Apabila bisnis dapat terus tumbuh dan berkembang dan dapat terus bertahan dalam persaingan maka keuntungan dan pendapatannya juga akan terus meningkat. Sedangkan Barata, yang dikutip Handini menambahkan pelayanan prima merupakan suatu kepedulian kepada pelanggan dengan cara memberikan layanan terbaik yang bertujuan untuk memfasilitasi kemudahan dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan untuk mewujudkan kepuasannya, sehingga menciptakan loyalitas pelanggan kepada perusahaan.⁴

Service Excellence merupakan salah satu hal penting yang harus

⁴ Handini Khaerunnisa, *Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Customer*, *Jurnal Studia Akuntansi Dan Bisnis*, Vol. 1, No. 1 (2013), hlm 48-49.

diperhatikan dalam sebuah perusahaan. *Service Excellence* merupakan pelayanan dengan standar-standar kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Pelayanan yang berkualitas akan menghasilkan kepuasan pada pelanggan. Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan membuat pelanggan menjadi loyal. Pelanggan yang loyal merupakan aset yang sangat berharga bagi sebuah perusahaan sehingga loyalitas pelanggan harus terus dipertahankan. *Service Excellence* harus dilakukan oleh seluruh karyawan terutama pada bagian *Front Liner*. *Front Liner* merupakan ujung tombak bagi sebuah perusahaan karena bagian *Front Liner*lah yang pertama kali berhubungan langsung dengan pelanggan. *Front Liner* haruslah memberikan kesan pertama yang baik kepada pelanggan.

Dalam hubungannya dengan pelayanan prima, dalam islam juga dijelaskan bahwa memberikan pelayanan terbaik kepada sesama manusia atau orang lain adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya. Seperti di jelaskan pada QS. Al-Maidah: 2, di bawah ini:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“Dan tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat beratsiksa-Nya.”⁵

⁵ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahannya* (Bandung: PT Mizan Bunaya Kreativa, 2011), 107.

Melalui ayat di atas Allah memerintahkan kepada kita untuk saling tolong menolong dalam hal kebaikan, kapanpun dan dengan siapapun. Dalam hal ini berkaitan dengan pelayanan prima adalah salah satunya dengan melakukan pelayanan dan sikap yang baik kepada setiap pelanggan yang memerlukan bantuan atau informasi mengenai perusahaan jasa yang kita miliki.

Dalam dimensi *Service Excellence* hal yang paling ditonjolkan adalah memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan customer. Maka, tujuan utama dalam *Service Excellence* ini adalah tolong-menolong kepada sesama manusia. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an surat Ali-Imran ayat 159 yang berbunyi:

فَمَا رَحْمَةً مِّنَ اللَّهِ لَئِنَّهُمْ ۖ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۚ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ

لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۚ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

“Maka disebabkan rahmat dari Allah lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakal kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya.”⁶

Dalam tafsir Ibnu katsir dijelaskan bahwa Allah SWT berfirman ditujukan kepada Rasulullah SAW, mengingatkan atas karunia yang telah

⁶ Kementerian Agama RI, *Al-Quran dan Tafsirnya jilid 10* (Jakarta: widya cahaya,2011), 188.

diberikan kepadanya dan kepada orang-orang beriman, ketika Allah SWT menjadikan hati Rasulullah SAW lemah lembut kepada umatnya yang mengikuti perintah dan meninggalkan larangannya serta menjadikan Rasulullah SAW selalu bertutur kata yang baik kepada mereka. Allah SWT menjadikan sikap lemah lembut kepada Rasulullah SAW untuk menarik hati umat manusia. Rasulullah SAW selalu mengajak para sahabatnya untuk bermusyawarah mengenai suatu persoalan yang terjadi, untuk mencari jalan keluar yang disepakati bersama, sehingga menjadikan hati mereka senang dan supaya mereka lebih semangat dalam berbuat kebaikan. Lalu, jika telah bermusyawarah dengan mereka mengenai suatu masalah, lalu telah disepakati keputusan yang di hasilkan maka bertawakallah kepada Allah.

Selanjutnya dalam hadits yang diriwayatkan oleh sahabat Abu Dzar Al-Ghifari, yang menjelaskan tentang kemuliaan memberikan senyuman dan keramahan, yaitu:

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A
تَبَسُّمُكَ فِي وَجْهِ أَخِيكَ لَكَ صَدَقَةٌ

“Senyummu di hadapan saudaramu (sesama muslim) adalah (bernilai) sedekah bagimu.” (HR Tirmidhi).⁷

Dari beberapa dalil di atas, sudah jelas bahwa Islam sangat menjunjung tinggi sikap lemah lembut, dan pelayanan yang baik kepada orang lain. Hal tersebut juga sebaiknya di aplikasikan oleh para pengusaha atau pelaku bisnis, dalam

⁷ Muhammad Nashiruddin Al Albani, Shahih Sunan Al-Tirmidhi, Terj. Fachrurazi, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2006), hlm 539-540.

tujuannya memberikan kenyamanan kepada konsumen, sehingga perusahaan mempunyai konsumen yang setia dan terus bertambah.

Service excellence atau kualitas pelayanan dalam perspektif Islam menurut Othman dan Owen, adalah bentuk evaluasi kognitif dari konsumen atas penyajian jasa oleh organisasi jasa yang menyandarkan setiap aktivitasnya kepada nilai-nilai moral dan sesuai kepatuhan yang telah dijelaskan oleh syariat Islam. Dimensi *Service Excellence* telah disebutkan pada point dimensi standar *Service Excellence* diatas. Untuk dimensi *Islamic Service Excellence* hanya ditambahkan point Compliance atau Syaria Compliance yaitu kepatuhan pada syariat Islam. Dalam menjalin hubungan dengan customer ada tiga konsep dasar pelayanan yang perlu diperhatikan, yaitu:

1. Keikhlasan
2. Kesesuaian Pelayanan dengan syariat
3. Berusaha melayani dengan pelayanan terbaik

Dalam Islam, hubungan manusia dikenal dengan ibadah dan mu'amalah. Ibadah merupakan hubungan manusia dengan Allah SWT, sang pencipta dunia dan seisinya. Sedangkan mu'amalah merupakan hubungan antar manusia. *Service Excellence* dalam prinsip syariah masuk dalam kategori mu'amalah. Yakni bagaimana menghormati orang lain dengan memberikan pelayanan yang baik.

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik didalam suatu perusahaan akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan

pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan menjadi konsumen tetap serta merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan jasa ditempat yang sama. Kondisi ini akan berdampak pada performa bisnis perusahaan. Peningkatan jumlah konsumen menjadi asset yang sangat berharga bagi perusahaan dalam meningkatkan profatibilitas.

Secara umum kepuasan menurut kotler adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekpektasi mereka.⁸ Teori yang menjelaskan bagaimana kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terbentuk adalah the expectancy disconfirmation model, yang mengemukakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut. Ketika konsumen membeli suatu produk, maka konsumen memiliki harapan tentang bagaimana produk itu berfungsi. Apabila produk berfungsi lebih baik dari yang diharapkan maka konsumen akan merasa puas.

Dewasa ini jenis usaha atau bisnis semakin berkembang dan beranekaragam, hal tersebut terjadi karena bertambahnya kebutuhan masyarakat. Salah satu usaha yang banyak digunakan oleh masyarakat adalah usaha penyedia jasa logistik, usaha ini melayani kegiatan masyarakat untuk kirim barang dari satu tempat ke tempat lain dengan jarak dan waktu tertentu. Pada umumnya, penyedia

⁸ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketigabelas (Jakarta: Airlangga, 2010), 26.

jasa logistic menyediakan berbagai macam jenis pelayanan.

Namun hingga saat ini di logistic manapun pada umumnya mereka belum mempunyai jenis pelayanan khusus atau yang mengistimewakan barang kiriman mereka, kecuali untuk paket *dangerous good* dan paket makanan. Padahal dewasa ini jenis barang yang dilakukan pengiriman melalui jasa ekspedisi semakin beragam, sudah sepantasnya buat setiap jasa ekspedisi juga melakukan upgrade untuk daftar barang kiriman yang harus ada keistimewanya. Contoh kecil dari barang tersebut yaitu barang yang ada kaitanya dengan agama atau alat peribadatan.

Salah satu cara utama untuk menempatkan sebuah perusahaan jasa lebih unggul dari pesaingnya adalah memberikan pelayanan kepada pelanggan diluar pelayanan yang ada atau memperbaiki lagi pelayanan yang sudah ditetapkan oleh perusahaan.⁹ Kuncinya adalah memenuhi atau melebihi pengharapan konsumen mengenai mutu jasa. Karena pengharapan konsumen dibentuk dari pengalaman mereka, teman mereka, dan iklan. Konsumen memilih pemberi jasa berdasarkan pengharapan ini, dan setelah menikmati jasa tadi, mereka akan membandingkannya dengan apa yang mereka harapkan. Bila jasa yang mereka nikmati ternyata berbeda jauh dibawah jasa yang mereka harapkan, maka konsumen akan kehilangan minat terhadap jasa tersebut, sebaliknya apabila jasa yang mereka nikmati memenuhi atau melebihi harapannya, mereka akan

⁹ Laras ayu wulandari, *Strategi Pelayanan Prima Oleh Customer Service Guna Mencapai Kepuasan Customer Di Bank Bni Syari'ah Purwokerto*, 2017 hlm 3.

menggunakan lagi pemberi jasa itu.¹⁰

Salah satu perusahaan yang bergerak dalam jasa pengiriman adalah iD Express Jawa Timur, yang merupakan perusahaan jasa pengiriman barang dan logistik yang di dirikan oleh Charles Lim sejak february 2019 yang melayani pengiriman dalam bentuk paket, dokumen, dan barang. dan sudah tersebar di seluruh wilayah nusantara. iD Express adalah perusahaan kurir dan logistik terbesar yang didukung secara online yang tersebar luas di Indonesia, melayani pengiriman Express, penanganan dan pengelolaan serta distribusi di Indonesia. Layanan Reguler mencapai kota dan kabupaten tujuan di seluruh Indonesia.

Dan untuk tahapan pengiriman di iD Express ada tiga tahapan: pertama, *first mile* yaitu proses awal mulai dari pengambilan (*pick up*) sampai nanti paket tersebut sampai di *Main Hub* (MH). Kedua, *Median Mile* yaitu proses pengiriman antar *Main hub* (MH) dari MH origin ke MH destination. Ketiga, *last mile* yaitu proses pengiriman yang di mulai dari ketika paket sudah sampai di *TH destination* sampai di terima oleh customer. Dan dari ketiga tahapan di atas iD Express Jawa timur hanya beroperasi di tahap *first mile* dan *last mile* sehingga diharapkan akan lebih fokus dan temonitor dengan baik.

Adapun produk layanan yang diberikan oleh iD Express Jawa Timur yaitu berupa aplikasi IDexpress dimana aplikasi tersebut dapat mengecek tarif, status pengiriman dan lokasi, dan di iD Express menawarkan beberapa jenis

¹⁰ Philip Kotler, *Marketing Management Sixth Edition*, (Jakarta: Erlangga, 1996), 105.

express type di antaranya iD lite, STD, SMD dan iDcargo iD Lite merupakan layanan pengiriman termurah, cepat, aman dan mudah sampai ke plosok, STD (*Standard*) merupakan layanan pengiriman murah dengan jangkaun seluruh Indonesia, dan SMD (*Sameday*) ini merupakan layanan khusus yang di berikan oleh iD Express dimana pengirimanya hanya membutuhkan waktu paling lama 24 jam, dan yang terakhir ada idcargo yang di mana mempunyai estimasi waktu yang agak lama tapi dengan harga yang sangat terjangkau. Dan di lengkapi dan packing kayu adanya jaminan asuransi merupakan komitmen iD Express untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggannya.

Penyedia jasa logistik juga tidak pernah lepas dari permasalahan, salah satunya adalah persaingan yang tinggi, mengingat banyaknya usaha sejenis yang ada sekarang ini, untuk menghadapi persaingan ini perusahaan harus mempunyai manajemen yang baik agar memiliki pelayanan yang lebih baik tentunya dengan *Service Excellence* yang diterapkan dibandingkan dengan perusahaan lain, hal tersebut dilakukan agar konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, dan harapannya konsumen akan menggunakan kembali jasa yang kita sediakan dikemudian hari.

Service Excellence tentu sangat penting dilakukan untuk semua perusahaan terutama untuk perusahaan yang berorientasi du jasa. Salah satunya adalah perusahaan yang saat ini beroperasi di Indonesia karena memang tidak dapat di pungkiri lagi indonesia merupakan negara dengan mayoritas konsumtif. Dan mereka akan selalu mengusahaan apa yang kiranya mereka inginkan untuk

memenuhi kepuasannya pribadi, termasuk dalam hal pemilahan jasa ekspedisi yang akan mereka gunakan untuk setiap harinya.

Dan dengan fenomena semakin banyaknya jenis pengiriman yang marak terjadi saat ini yang menjadi salah satu penilaian adalah dinilai dari pelayanannya. maka dirasa perlu untuk melakukan Analisis Pelayan yang sudah dilakukan oleh perusahaan jasa tersebut dalam menjalankan Standard Operational Prosedure (SOP) yang sudah ada pada iD Express Jawa Timur dengan teori *TERRA*, maka penulis memandang perlu untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Service Excellence Pada Layanan First Mile Dan Last Mile iD Express Jawa Timur Perspektif Syariah**”.

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Identifikasi masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang telah dipaparkan, terdapat beberapa permasalahan yang didapatkan. Adapun masalah-masalah tersebut antara lain:

- a. Semakin banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengiriman.
- b. Persaingan jasa pengiriman dalam mendapatkan customer.
- c. iD Express baru berjalan dua tahun dan masih dalam proses pengembangan.
- d. Kurangnya pengetahuan perusahaan jasa pengiriman terhadap pelayanan berdasarkan *service excellence*.
- e. Dampak Penerapan *service excellence* dalam meningkatkan loyalitas

Customer.

2. Batasan masalah

Untuk menghasilkan penelitian yang lebih terfokus pada judul tesis yang telah diangkat, maka permasalahan yang dipilih yaitu:

- a. Menjelaskan strategi *Service Excellence* yang diterapkan oleh iD Express Jawa Timur.
- b. Hasil dari analisis *Service Excellence* pada layanan *First mile* dan *Last Mile* di iD Express Jawa Timur.

C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah tersebut maka masalah yang akan peneliti bahas dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Pelayanan *Service Excellence* yang diterapkan iD Express Jawa Timur?
2. Bagaimana analisis *Service Excellence* pada layanan *First mile* dan *Last Mile* di iD Express Jawa Timur perspektif syariah?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas. Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Pelayanan *Service Excellence* yang diterapkan oleh iD Express Jawa Timur?

2. Untuk menganalisis *Service Excellence* pada layanan *First mile* dan *Last Mile* di iD Express Jawa Timur perspektif syariah?

E. Kegunaan Penelitian

Kegunaan hasil penelitian memuat uraian yang mempertegas bahwa masalah penelitian itu bermanfaat, baik dari segi teoritis maupun praktis, untuk dijawab melalui penelitian. Sehingga hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi peneliti maupun pembaca, diantaranya sebagai berikut:

a. Aspek Teoritis

Pascasarjana Program Studi Ekonomi Syariah

Hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran secara teoritik maupun konseptual dalam pengembangan ilmu ekonomi dibidang *Service Excellence*. Terkait tentang layanan *first mile* dan *last mile*.

b. Aspek Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan tambahan referensi sebagai bahan kajian serta pertimbangan bagi:

1. Bagi Peneliti Menambah wawasan mengenai Penerapan *service excellence* di iD Express Jawa Timur.
2. Bagi Akademisi dan peneliti selanjutnya

Atas tersusunnya penelitian ini, tentu tidak menjadi simpulan utama atau persoalan *service excellence*. Namun setidaknya dapat dijadikan pijakan atau rujukan yang kemudian hari dilanjutkan dalam tahapan penelitian

selanjutnya yang lebih spesifik dan berkembang tentang *service excellence*. Kemudian tema penelitian ini lebih relevan dengan rumpun keilmuan ilmu ekonomi syariah atau ekonomi pembangunan, sehingga diharapkan hasil luaran dari penelitian ini akan menambah hasanah keilmuan ilmu ekonomi syariah khususnya.

3. Masyarakat

Pada saat dilakukannya penelitian dan disusunnya naskah ini, *service excellence* menjadi suatu hal yang menarik dibahas. Tidak apabila semua kalangan mulai dari akademisi, praktisi, hingga profesional juga terus terlibat dalam bahasan *service excellence* layanan *first mile* dan *last mile*, tentunya dengan latar belakang keahlian masing-masing. Sehingga kontribusi penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan edukasi sehingga dapat meningkatkan literasi serta pemahaman tentang *service excellence* layanan *first mile* dan *last mile* kepada masyarakat pada umumnya, dan masyarakat awam khususnya.

F. Kerangka Teoritik

1. Kansei Engginering

Kansei digunakan untuk mengorganisir emosi dan kesan pelanggan. Kansei digunakan dalam bentuk *adjective* (kata sifat) dalam kalimat pendek. Kansei sendiri adalah representasi emosi atau perasaan yang dirasakan oleh pelanggan secara nyata saat mereka mengonsumsi layanan tertentu. Survei

yang dilakukan dalam identifikasi Kansei dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti wawancara langsung pelanggan, menganalisis perilaku dan reaksi pelanggan ataupun dari referensi penelitian lain (jurnal) pada bidang spesifik tertentu. Dalam merepresentasikan emosi yang dirasakan pelanggan, setiap Kansei akan divisualisasikan mengenai layanan seperti puas, nyaman, bahagia, dan sebagainya. Selain itu, juga akan diukur respon emosionalnya secara disfungsional yaitu tidak puas, tidak nyaman, tidak bahagia, dan sebagainya.

2. Servqual

Service quality sejak pertengahan tahun 1980 hingga saat ini telah menjadi prioritas baik dalam pemasaran dan penelitian logistik. Terdapat lima dimensi pokok dari *Servqual* yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* (biasa disingkat menjadi *TERRA*). Penjelasan lima dimensi pokok tersebut yaitu:

- a. Reliabilitas (*reliability*)
- b. Daya tanggap (*Responsiveness*)
- c. Jaminan (*Assurance*)
- d. Empati (*Empathy*)
- e. Bukti fisik (*Tangible*),

3. Service Excellent Perspektif Syariah

Service excellence adalah upaya pelayanan untuk memenuhi kebutuhan dari orang lain. Dengan memberikan *service excellence*, diharapkan pelanggan akan merasa senang dan nyaman saat berbelanja atau menggunakan jasa dari

perusahaan. Namun, pelaksanaan *service* yang *excellence* ini tidak bisa dilakukan secara sembarangan. Terdapat ada tiga konsep dasar pelayanan yang perlu diperhatikan, yaitu: keikhlasan, kesuaian pelayanan dengan syariat, dan berusaha melayani dengan pelayanan terbaik, yakni:

- a. Keikhlasan.
- b. Sesuai syariah
- c. Melakukan yang terbaik



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

G. Penelitian Terdahulu

Dari beberapa sumber yang kami temukan, diketahui ada beberapa penelitian terdahulu (*prior research*) yang berhubungan dengan judul yang kami buat, diantaranya:

No	Peneliti	Judul	Hasil	Perbedaan
1	Rizky Pratama Putra	Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Customer Bank BRI Syariah Surabaya	Kualitas pelayanan Islami memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas customer Bank BRI Syariah Surabaya. Begitu juga kepuasan customer memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas customer.	Kualitas pelayanan Islami yang diteliti pada penelitian ini bukan di lembaga keuangan syariah akan tetapi di salah satu jasa ekspedisi di Indonesia.
2	M. Zainul Wathani dan Afiati Kurnianingsih	Konsep Service Excellence Perbankan Syariah Menurut Al-Qur'an	BTN Syariah dan BJB Syariah memiliki standar operasional prosedur dalam memberikan layanan kepada customer. Konsep pelayanan berdasarkan Al-Qur'an diterangkan dengan karyawan harus memperhatikan tiga konsep pelayanan yakni keikhlasan, kesesuaian dengan syariat dan berusaha melakukan pelayanan yang terbaik. Konsep <i>Islamic Service Excellence</i> yang diterapkan bank syariah saat ini sangat erat dengan <i>Islamic Service Excellence</i> yang ada dalam Al-Qur'an dan perbankan syariah telah mengimplementasikan banyak nilai-nilai konsep <i>Islamic Service Excellence</i> yang terdapat dalam Al-Qur'an.	Pada penelitian ini dibahas juga konsep <i>Islamic service excellence</i> berdasarkan al-Qur'an, akan tetapi ditambah pula konsep yang diperkuat oleh hadist-hadist Rasulullah SAW.
3	Rosa Lesmana dan Novia Susanti	Analisa Strategi Bersaing PT. Garuda Indonesia TBK. (Persero)	PT. Garuda Indonesia Tbk. (Persero) memiliki Kekuatan utama dan secara Eksternal memiliki Peluang yang besar. Sedangkan posisi perusahaan berada pada Startegi Pertumbuhan dengan Diversifikasi (sel 1). Dimana strategi yang dapat	Pada penelitian ini titik fokus penelitian adalah pada kualitas pelayanan ID Express yang di Analisis berdasarkan teori Islamic

			dilakukan adalah dengan cara menambah jumlah penerbangan, rute, armada dan mengembangkan bisnis baru baik yang terkait dengan bisnis penerbangan maupun tidak terkait bisnis penerbangan. guna meminimalisir kelemahan PT. Garuda Indonesia Tbk. (Persero). Sehingga PT. Garuda Indonesia Tbk. (Persero) tetap akan menunjukkan keunggulan kompetitifnya.	Service Excellence
4	Estie Kusuma Wardhani	Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen Jasa Penerbangan (Studi Kasus Pada Jasa Penerbangan Garuda Indonesia Semarang-Jakarta)	Kepuasan konsumen jasa penerbangan Garuda Indonesia perlu dijaga. Hal ini harus dilakukan Garuda Indonesia untuk meningkatkan daya beli konsumen, memperluas pangsa pasar, dan mempertahankan konsumen untuk tidak beralih pada maskapai penerbangan lain.	Pada penelitian ini memang nantinya akan mengukur kepuasan konsumen dengan melakukan wawancara langsung akan tetapi fokus penelitiannya adalah pada konsep pelayanan islam pada PT Rajawali jaya Ekspres yang akan diteliti pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen khususnya konsumen muslim.
5	Emilia Wayah Safitri	Aplikasi pelayanan prima pada perusahaan jasa transportasi BGS trans desa karanggayam kecamatan lumbir dalam perspektif Islam	Perusahan jasa transportasi BGS Trans Desa Karanggayam Kecamatan Lumbir ini melaksanakan Standard Operational Procedure Pelayanan dengan baik. Pelayanan yang dilakukan sesuai dengan ajaran agama Islam yang memuat nilai-nilai kebaikan.	Kualitas pelayanan islami yang diteliti pada penelitian ini bukan di jasa transportasi akan tetapi di salah satu jasa ekspedisi di Indonesia.

H. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah iD Express Jawa Timur yang terletak di Jalan Jemursari No. 81 Surabaya.

2. Jenis Penelitian

Sesuai dengan jenis permasalahan yang diteliti, maka jenis penelitian lapangan yang digunakan dalam tesis ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Menurut Creswell penelitian kualitatif merupakan cara untuk menjelajahi dan memahami makna individu atau kelompok untuk menganggap masalah sosial atau manusia. Proses penelitian melibatkan pertanyaan yang muncul dan prosedur; mengumpulkan data dan pengaturan peserta; menganalisis secara induktif data, membangun dari hal khusus dengan tema umum; dan membuat interpretasi dari makna data. Laporan tertulis terakhir memiliki struktur tulisan yang fleksibel.¹¹ Oleh karena itu penulis mengambil pokok bahasan penelitian yaitu Analisis *Service Excellence* pada layanan *First mile* dan *Last Mile* di iD Express Jawa Timur perspektif syariah.

3. Data Yang Di Kumpulkan

Bentuk data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu data primer dan data sekunder, yaitu:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh

¹¹ Ismail Nawawi, *Metoda Penelitian Kualitatif* (Jakarta: CV. Dwiputra Pustaka Jaya, 2012), 49.

peneliti langsung dari responden. Teknik dari pengumpulanya observasi dan interview.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk sudah jadi, yaitu diolah dan disajikan oleh pihak lain, teknik pengumpulanya dilakukan dengan dokumentasi.

4. Sumber Data

a. Sumber Primer

Sumber primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari individu atau kelompok yang bersangkutan melalui hasil observasi dan wawancara dengan melakukan pencatatan secara sistematis dan terperinci terhadap permasalahan yang diteliti. Data-data ini penulis mendapatkannya langsung dari beberapa pihak di iD Express Jawa Timur yang berkaitan dengan penerapan *Service Excellence* di iD Express Jawa Timur. Dalam hal ini, Regional Manajer, SPV tiap divisi di tim suport dan personel TH. Kegiatan wawancara dan observasi dilakukan secara langsung di iD Express Jawa Timur. untuk mengetahui informasi yang berkaitan dengan penerapan *Service Excellence* di iD Express Jawa Timur.

b. Sumber Sekunder

Sumber sekunder merupakan informasi yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui perantara seperti melalui websait, materi

training, SOP Perusahaan, databases maupun arsip yang dipublikasikan ataupun tidak dipublikasikan.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses atau cara yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan. Teknik atau metode pengumpulan data terdapat beberapa jenis. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengumpulan data diantaranya yaitu wawancara, observasi, dokumentasi dan studi pustaka.

a. Wawancara

Wawancara adalah percakapan antara narasumber dan peneliti untuk bertukar informasi melalui proses Tanya jawab sehingga dapat di kontruksikan makna dalam satu topik tertentu. Pada penelitian Ini, peneliti melakukan wawancara pada pihak-pihak atas topik penelian yang di lakukan dan peneliti mendapatkan beberapa tanggapan tas kondisi operational yang lagi berjalan dan termasuk kendala yan sedang di alami dari tim operational.

b. Observasi

Observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung di lokasi penelitian. Pengamatan ini dilakukan disertai pencatatan secara sistematis terhadap objek yang diteliti dalam kurun waktu tertentu. Observasi ini biasanya dilakukan bersamaan dengan teknik pengumpulan data yang lain untuk mengamati keadaan fisik lokasi penelitian disertai

dengan pencatatan seperlunya.¹² Dan dalam observasi yang sudah dilakukan oleh peneliti selama kurun waktu 2 bulan peneliti dapat melihat secara langsung tentang bagaimana berjalanya operational di lapangan, baik pada proses first mile ataupun last mile. Dan peneliti juga dapat melakukan interaksi langsung dengan tim *back office* ataupun kurir yang melakukan jalanya operational di lapangan. Selain interaksi dengan karyawan peneliti juga melakukan interaksi dengan customer sehingga peneliti juga bisa mendapatkan informasi yang lebih detail dari sudut pandang customer.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan kumpulan catatan peristiwa penting. Dokumen-dokumen ini dapat berupa gambar, tulisan, maupun karya monumental dari seseorang.¹³ Pada Teknik ini peneliti mendapatkan informasi yang berupa SOP, Struktur perusahaan, databes dari HRD dan data kantor cabang yang tersebar di seluruh wilayah Jawa timur.

6. Teknik pengolahan data

Setelah seluruh data terkumpul perlu adanya pengolahan data dengan tahapan-tahapan sebagai berikut:

- a. *Editing*, yaitu memeriksa kembali semua data-data yang diperoleh dengan memilih dan menyeleksi data tersebut dari berbagai segi yang meliputi kesesuaian dan keselarasan satu dengan yang lainnya,

¹² Didin Fatihuddin, *Metodologi Penelitian Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, (Surabaya: Zifatama Publisher, 2015), 119.

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 240.

keaslian, kejelasan serta relevansinya dengan permasalahan.¹⁴

Teknik ini digunakan penulis untuk memeriksa kelengkapan data-data yang sudah penulis dapatkan, dan akan digunakan sebagai sumber-sumber studi dokumentasi.

- b. *Organizing*, yaitu mengatur dan menyusun data sumber dokumentasi sedemikian rupa sehingga dapat memperoleh gambaran yang sesuai dengan rumusan masalah, serta mengelompokkan data yang diperoleh.¹⁵ Dengan teknik ini, diharapkan penulis dapat memperoleh gambaran tentang pelayan *first mile* dan *last mile* Pada iD Express Jawa Timur.
- c. *Analyzing*, yaitu dengan memberikan analisis lanjutan terhadap hasil editing dan organizing data yang telah diperoleh dari sumber-sumber penelitian, dengan menggunakan teori dan dalil-dalil lainnya, sehingga diperoleh kesimpulan.

7. Teknik Keabsahan Data

Dalam mengetahui keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi data, maksudnya yaitu teknik yang digunakan untuk mengecek keabsahan data menggunakan sumber lain dengan membandingkan atau mengecek data yang diperoleh dari berbagai teknik.¹⁶ Terdapat dua macam triangulasi yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu:

- a. Triangulasi teknik

¹⁴ Chalid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1997), 153.

¹⁵ *Ibid.*, 154

¹⁶ Lexy J. Moleong, "*Metode Penelitian Kualitatif*", (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016), hlm 331.

Peneliti memakai triangulasi teknik agar mendapat data dari sumber yang sama dan sistem pengumpulan data yang berbeda. Dalam teknik ini peneliti memakai observasi, wawancara dan dokumentasi untuk menghasilkan data yang sama.

b. Triangulasi sumber

Perbedaan triangulasi sumber dengan triangulasi teknik adalah, jika triangulasi teknik data yang didapat sama, namun dengan teknik yang berbeda, sedangkan pada triangulasi sumber yaitu menggunakan teknik yang sama dengan sumber data yang berbeda.

8. Analisis data

Menurut Moleong megutip dari pendapat Patton, analisis data merupakan proses mengatur urutan data mengorganisasikannya kedalam suatu pola, kategori, dan suatu uraian dasar.¹⁷ Data yang telah terkumpul dianalisis secara deskriptif kualitatif, yakni analisis yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau penuturan lisan seseorang dan perilaku yang dapat diamati menggunakan metode yang telah ditentukan.¹⁸

Data tersebut ditemukan hasil percakapan secara langsung dengan wawancara yang kemudian disajikan oleh penulis dengan gaya Bahasa baku yang sesuai. Perilaku dari narasumber juga tetap dilakukan Analisa

¹⁷ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Cet X (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), 6.

¹⁸ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2013), 143.

yang sesuai dengan metode yang telah ditentukan. Dipilihnya metode ini bertujuan untuk menyajikan suatu pendeskripsian dan penggambaran atas objek data tersebut. Semua harus disajikan secara benar, akurat dan sistematis. Data tersebut harus berupa kondisi nyata dari berbagai fenomena yang diteliti.¹⁹ Berikut berbagai langkah dalam melakukan analisis data yang kemudian dijadikan sebagai hasil penelitian:

1. Pengumpulan Data awal, kegiatan pertama yang dilakukan adalah dengan mengumpulkan data mentah. Data mentah dapat diadapatkan dengan melakukan suatu wawancara langsung terhadap pihak pertama. Kemudian melakukan pembacaan ulang dan pengolahan data mentah untuk kegiatan observasi. Selanjutnya didukung dengan berbagai dokumen pendukung data lainnya.
2. Reduksi Data, dilakukan dengan memilih dan memisah data mana yang paling penting untuk penelitian ini. Data tersebut dipilih, digolongkan dan diarahkan sesuai tujuannya hingga kemudian menghapus berbagai data yang tidak diperlukan.
3. Penyajian Data, dilakukan berbagai pengelompokan data secara sistematis untuk diolah hingga mendapatkan hasil penelitian yang diinginkan. Penyajian data disampaikan secara gamblang dan mudah dipahami oleh pembaca dari hasil pengolahan data sebelumnya. Kemudian dilakukan penyesuaian dengan berbagai teori yang dijadikan landasan pada penelitian ini.

¹⁹ Moh Nazir, Metode Penelitian (Bogor: Galia Indonesia, 2005), hlm 63.

4. Penarik Simpulan. Sebagai tahap terakhir suatu penulisan penelitian, penarikan kesimpulan harus menggambarkan secara ringkas dan jelas dari hasil pengolahan data yang ada. Kesimpulan harus dapat menjawab berbagai maslaah penelitian yang telah disampaikan sebelumnya.

Berbagai pengolahan data di atas dilakukan secara induktif. Data diolah dari segala sesuatu yang menjadi fakta temuan awal kemudian dianalisa hingga ditemukan berbagai penyesuaian data dengan teori yang ada. Hingga kemudian dapat didapatkan kesimpulan yang dapat menjadi solusi dari maslaah yang ditemukan.

I. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah penelitian yang dilakukan, maka penulis menyusun sistematika pembahasan dengan membagi menjadi beberapa bab sesuai dengan petunjuk buku panduan penulisan proposal skripsi, yaitu:

Bab I, pendahuluan. Pembahasan didalam bab ini menjelaskan mengenai latar belakang penelitian, identifikasi masalah dan batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, definisi operasional, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II, kajian pustaka. Berfungsi sebagai dasar kajian untuk menjawab permasalahan yang ada dalam penelitian. Pada bab dua ini menjelaskan teori-teori serta kajian pustaka yang berhubungan dengan permasalahan dan kerangka pemikiran teoritis mengenai masalah yang diteliti.

Bab III, gambaran umum. Pada bab tiga ini menjelaskan gambaran

umum tentang iD Express Jawa Timur. Pada bab ini akan dibahas tentang sejarah, visi dan misi, struktur organisasi, produk-produk iD Express Jawa Timur. serta data-data yang bertujuan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini.

Bab IV, berisi tentang analisis data yang menjawab rumusan masalah yang ada, yakni Bagaimana strategi *Service Excellence* Yang Dikembangkan Oleh iD Express Jawa Timur dan Bagaimana Analisis *Service Excellence* pada layanan *First mile* dan *Last Mile* di iD Express Jawa Timur perspektif Syariah.

Bab V. Bagian penutup ini menyajikan kesimpulan dan juga saran-saran penulis mengenai hal-hal yang telah dibahas dalam tesis ini.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II

KANSEI ENGINERING, SERVQUAL FOR LOGISTICK & SERVICE

EXCELLENCE PERSPEKTIF ISLAM

A. Kansei Engginering

Tingkat kepuasan pelanggan yang pada umumnya diukur secara kognitif, saat ini telah berkembang hingga aspek afektif atau emosional. Tingkat emosional pelanggan diprediksikan akan memberikan dampak yang sangat besar terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Ishihara dalam bahasa Jepang, Kansei, berhubungan dengan sensitivitas perasaan atau impresi serta emosi. Kansei Engineering (KE) didefinisikan sebagai sistem translasi dari suatu gambaran perasaan menjadi komponen riil suatu desain.²⁰

Selain itu, Kansei adalah kata dalam bahasa Jepang yang mengacu pada persepsi, impresi, dan perasaan. Istilah Kansei dapat ditranslasikan ke dalam bahasa Inggris menjadi gambar dan perasaan psikologikal konsumen yang mewakili impresi konsumen secara umum dan emosi terhadap konsep layanan tertentu yang kemudian diterjemahkan ke dalam desain karakteristik layanan.²¹ Kansei engineering adalah sistem untuk menerjemahkan gambaran pengguna layanan (*users' images*) dan perasaan (*feelings*) ke dalam komponen desain yang sesungguhnya.

²⁰ Chen, M. C., Chang, K. C., Hsu, C. L., dan Xiao, J. H., 2015. Applying a Kansei Engineering-based Logistics Service Design Approach to Developing International

²¹ Hartono, M., Kerangka konseptual aplikasi Kansei engineering dan TRIZ pada industri layanan. In: Seminar Nasional Ergonomi dan Kongres Kasional PEI 2012, Bandung, November 13-14 2012.

Saat ini karena kebutuhan logistik pelanggan meningkat dengan kompleks maka memahami dan memuaskan permintaan pelanggan sangatlah penting untuk menciptakan pengaruh pada pengambilan keputusan dan tingkah laku pelanggan dalam bertahan dan menggunakan suatu layanan. Oleh karena itu, pengukuran Kansei dan manipulasinya dalam desain layanan menjadi penting untuk merepresentasikan kepuasan pelanggan secara afektif.²²

Dalam mendesain suatu layanan menggunakan KE didapatkan 2 keuntungan yaitu dapat menggunakan atau menerapkan kosakata pengguna layanan untuk mengekspresikan persepsi mereka dimana hal ini mengakomodasi ekspresi dari perasaan pengguna yang sesungguhnya, dan melihat hubungan interaktif antara respon afektif dan fitur layanan untuk membangun kerangka kuantitatif. Selain itu, hubungan antara perasaan konsumen dengan elemen layanan dapat menjadi referensi yang baik bagi penyedia jasa atau layanan untuk menawarkan atribut layanan yang didambakan oleh konsumen dan memfasilitasi niat atau tujuan penggunaan layanan dari pelanggan pada tahap *pre-purchase*.

KE diterapkan dengan metodologi dasar yang diadopsi dari Schütte sebagai berikut:²³

²² Hartono, M. dan Tan, K.C., 2011. "A Proposed Integrative Framework of Kansei Engineering and Kano Model Applied to Services". In: The 2nd International Research Symposium in Service Management 2011, Yogyakarta, Juli 26-30

²³ Schütte, S. Engineering Emotional Values in Product Design – Kansei Engineering in Development. Division of Quality and Technology Management, Dept of Mechanical Engineering, Linköping, Linköping Universitet, 2005

- a. Pemilihan domain, mencakup identifikasi populasi tertentu dan menentukan obyek penelitian.
- b. Perentangan ruang semantik, hal ini dilakukan dengan mengumpulkan sejumlah besar kata yang menjelaskan domain. Tahap ini dapat diawali dengan menentukan Kansei words yang dapat diperoleh dari survei, wawancara, *literature review*, dan sumber informasi lainnya. Selain melalui kata-kata, tahap ini dapat dilakukan dengan pengukuran respon fisiologis, melihat ekspresi wajah, dan perilaku obyek penelitian. Kemudian mengelompokkan kesan emosional tersebut dengan metode manual seperti affinity diagram dan metode statistik (factor analysis, cluster analysis, principal component analysis) sehingga pada akhirnya terbentuk kata-kata yang mewakili ruang semantik ini.
- c. Fase sintetis yaitu pengelompokan Kansei words sesuai dengan atribut layanan yang mempengaruhinya. Atribut layanan adalah penyebab untuk suatu tanggapan atau emosi. Dalam hal ini, setiap Kansei words (variabel dependen) dapat dipengaruhi oleh beberapa atribut layanan (variabel independen).
- d. Pemodelan dan Uji Validitas, model matematis sederhana adalah

$$Y_{\text{kansei}} = F(\text{atribut produk})$$

Kemudian dilakukan validasi untuk memeriksa apakah model yang telah dibuat adalah model yang reliable dan realistik.

Metode KE diawali dengan penentuan Kansei words. Menurut Hartono dan Tan, penentuan Kansei words berasal dari perasaan konsumen

atau *emotional feeling* dan persepsi mereka pada saat menerima layanan. Tahap ini dilakukan dengan menggunakan 5 skala Likert untuk setiap *emotional needs* dari responden.

Kansei words ini selanjutnya diintegrasikan dengan model Kano, dengan menggabungkan *emotional needs* konsumen dalam mengidentifikasi atribut layanan yang diukur. Selain itu, dalam memahami dan menciptakan persepsi Kansei akan suatu elemen layanan, perusahaan dapat memahaminya melalui pengalaman dari pelanggan atau pengguna layanan atau bahkan menciptakan persepsi baru yang masih dirasa kurang pada layanan tersebut (Chen et al, 2015). Kansei words yang digunakan juga dapat meliputi hal yang mewakili atau sebagai representatif dari suatu layanan tertentu (Hsiao et al., 2016). Perasaan psikologikal dalam Kansei meliputi emosi, mood, dan impresi (Dahlgaard et.al, 2008). Istilah Kansei digunakan untuk mengorganisir emosi dan kesan pelanggan. Kansei digunakan dalam bentuk adjective (kata sifat) dalam kalimat pendek.²⁴

1. Penentuan Kebutuhan Emosional

Setelah pelanggan mencerna layanan secara kognitif maka akan diikuti oleh kebutuhan emosional mereka. Layanan yang dirasakan akan diolah secara kognitif dan memunculkan respon afektif atau emosi. Mengapa hal ini dilakukan? Karena judgment setelah pelanggan merasakan layanan adalah hasil dari pengolahan otak berupa aspek kognitif yang berujung pada

²⁴ Lokman, A.M., 2010. Design & emotion: The kansei engineering methodology. Malaysian Journal of Computing, 1(1), hlm.1-11.

kesan atau respon emosional mereka terhadap layanan tersebut. Hal yang sering terlupakan atau bahkan terabaikan oleh kebanyakan perusahaan baik nasional, multinasional, maupun internasional adalah tidak menggali kebutuhan emosional yang jarang disampaikan oleh pelanggan atau latent needs, padahal hal ini sangat penting. Respon emosional inilah yang pada akhirnya menentukan kesetiaan atau *loyalty* pelanggan terhadap pemakaian layanan secara berulang atau jangka panjang. Pelanggan yang puas secara emosional ini akan berpengaruh besar terhadap kepuasan menyeluruh. Respon Kansei ini akan berdampak pada kategori *attractive* pada Kano di mana sedikit saja usaha yang diberikan perusahaan namun kepuasan pelanggan akan melesit secara signifikan serta pada kategori one-dimensional di mana usaha yang diberikan linier terhadap kepuasan pelanggan, atau dengan kata lain respon emosional ini sangat krusial terhadap kepuasan pelanggan menyeluruh agar perusahaan dapat memberikan layanan secara efektif dan efisien tanpa bertanya-tanya apakah improvement tertentu layak dilakukan atau tidak.

2. Kansei Words (KW)

Apa itu Kansei words atau biasa sering disingkat KW? KW sendiri adalah representasi emosi atau perasaan yang dirasakan oleh pelanggan secara nyata saat mereka mengonsumsi layanan tertentu. Survei yang dilakukan dalam identifikasi KW dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti wawancara langsung pelanggan, menganalisis perilaku dan reaksi pelanggan ataupun dari referensi penelitian lain (jurnal) pada bidang spesifik

tertentu. Dalam merepresentasikan emosi yang dirasakan pelanggan, setiap KW akan divisualisasikan mengenai layanan seperti puas, nyaman, bahagia, dan sebagainya. Selain itu, juga akan diukur respon emosionalnya secara disfungsional yaitu tidak puas, tidak nyaman, tidak bahagia, dan sebagainya. Berikut adalah kompilasi dua belas KW yang dirumuskan serta pengertiannya.



Tabel 1 : Daftar kansei word

No.	Kansei Word	Definisi Kansei Word	Keterangan
1	Dapat diandalkan	Dapat dipercaya, handal, mendatangkan hasil yang sama pada setiap percobaan yang berhasil	<ul style="list-style-type: none"> • Layanan ekspedisi tereksekusi sepenuhnya sesuai dengan yang dijanjikan. • Tarif yang dikenakan berlaku sesuai kontrak • Keandalan petugas dalam memberikan monitoring posisi kargo • Kelayakan kondisi armada yang digunakan untuk pengiriman • Dapat memenuhi jumlah order yang dibutuhkan • Merupakan perusahaan jasa logistik yang resmi keberadaannya
2	Bersahabat	Baik hati, tutur kata sopan dan bersikap menyenangkan	<ul style="list-style-type: none"> • Petugas melayani dengan baik, sopan, dan ramah baik tutur kata dan tindakan • Petugas melayani dengan sabar, senyum dan senang hati
3	Cepat	Dalam waktu singkat, cekatan	<ul style="list-style-type: none"> • Customer service menerima order dengan cepat dan tanggap segera setelah order turun • Perusahaan sesegera mungkin melakukan penjadwalan terkait dengan pengiriman order • Petugas menjawab segala pertanyaan dengan cepat dan tanggap
4	Aman	Bebas dari bahaya	<ul style="list-style-type: none"> • Kargo yang dikirim selamat sampai tujuan tanpa terjadi kecelakaan • Data privasi perusahaan terjaga keamanannya • Jaminan asuransi dalam pelayanan yang diberikan
5	Profesional	Memerlukan keahlian khusus dalam menjalankan profesi	<ul style="list-style-type: none"> • Petugas telah menjalankan layanan sesuai dengan SOP yang berlaku • Kelengkapan segala dokumen yang dibutuhkan dalam syarat terlaksananya layanan. • Memahami situasi dan kondisi serta segala persyaratan yang dibutuhkan dalam tahap pengiriman

			<ul style="list-style-type: none"> Dapat mengatasi masalah teknis yang terjadi di lapangan misalnya keterlambatan dooring, salah tujuan pengiriman.
6	Tepat waktu	Sesuai dengan waktu yang dijanjikan	<ul style="list-style-type: none"> Pesanan datang di tujuan sesuai dengan estimasi waktu yang dijanjikan Lead time yang berlaku dikontrak berjalan sebagaimana mestinya
7	Membantu	Mendukung, menolong	<ul style="list-style-type: none"> Layanan ekspedisi Domestic Freight Forwarding (DFF) membantu pengiriman kargo menuju tempat tujuan di beberapa titik wilayah di Indonesia Berinisiatif memberikan solusi dalam hal biaya, waktu, dan rute pengiriman
8	Bertanggung jawab	Wajib menanggung segala sesuatunya	<ul style="list-style-type: none"> Bertanggung jawab atas komplain pelanggan Bertanggung jawab atas segala kerusakan kargo Bertanggung jawab atas biaya biaya tidak terduga yang timbul selama masa pengiriman misalnya keterlambatan dooring
9	Murah	Lebih rendah dari harga yang dianggap berlaku di pasaran	<ul style="list-style-type: none"> Layanan ekspedisi Domestic Freight Forwarding (DFF) dikenakan tarif yang relatif murah daripada ekspedisi lain
10	Akurat	Tepat, teliti	<ul style="list-style-type: none"> Tepat dalam hal kuantitas barang yang akan dikirimkan Tepat dalam penentuan rute yang paling optimal sehingga mengoptimalkan waktu yang diperlukan dalam mengirim kargo Tepat tujuan pengiriman sesuai yang direncanakan
11	Fleksibel	Dapat menyesuaikan dengan keadaan tertentu	<ul style="list-style-type: none"> Mampu mengakomodir perubahan yang terjadi dari pihak pelanggan misalnya dikarenakan keterbatasan waktu, tempat atau resources Mampu mengeksekusi proses pengiriman yang berbeda dari planning yang telah ditentukan
12	Memuaskan	Lebih dari yang diharapkan	<ul style="list-style-type: none"> melayani secara tuntas melebihi apa yang dibutuhkan pelanggan mampu mengupayakan solusi atas segala keluhan pelanggan bahkan lebih dari apa yang diharapkan.

B. Servqual

1. Pengertian Servqual

Service quality sejak pertengahan tahun 1980 hingga saat ini telah menjadi prioritas baik dalam pemasaran dan penelitian logistik Menurut Parasuraman et al. *service quality* didefinisikan sebagai rata-rata dari gap antara persepsi konsumen dan ekspektasi mereka terhadap layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Servqual pada dasarnya digunakan sebagai alat diagnostik atau teknik dalam menemukan kekuatan dan kelemahan perusahaan dan mengevaluasi performa dari atribut layanan.²⁵

Terdapat lima dimensi pokok dari Servqual yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* (biasa disingkat menjadi *TERRA*). Penjelasan lima dimensi pokok tersebut yaitu sebagai berikut:²⁶

- a. Reliabilitas (*reliability*), merupakan kemampuan organisasi dalam memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan tepat serta memuaskan. Aspek ini mencakup 2 hal pokok yaitu konsistensi performa kerja dan kemampuan dapat dipercaya (*dependability*), dengan kata lain perusahaan harus memberikan layanan yang tepat sejak saat pertama kali diberikan (*right at the first time*) sesuai dengan jadwal layanan dan syarat yang telah di sepakati. *Responsiveness* adalah yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan dan respon dari permintaan pelanggan dengan cepat dan tanggap.
- b. Daya tanggap (*Responsiveness*), merupakan kesediaan dan kemampuan

²⁵ Baki, B., Bafirinci, C. S., Cilingir, Z., dan Murat AR, I., 2009. An application of integrating SERVQUAL and Kano's model into QFD for logistics services: A case study from Turkey, Vol. 21, pp. 106-126

²⁶ *ibid*

perusahaan dalam membantu pelanggan dan merespon permintaan pelanggan secara cepat dan sesegera mungkin. Daya tanggap meliputi kecepatan dan ketanggapan dalam memberikan layanan dan kepedulian terhadap keluhan pelanggan.

- c. Jaminan (*Assurance*), meliputi kemampuan perusahaan dalam kompetensi atau pengetahuan karyawan dalam menumbuhkan rasa aman, percaya, dan keyakinan atas keragu-raguan pelanggan dalam menggunakan layanan tersebut.
- d. Empati (*Empathy*), meliputi kemampuan perusahaan akan kepedulian, keramahan, pemberian kemudahan komunikasi yang baik, perhatian secara individual terhadap pengguna layanan dan kemampuan memahami kebutuhan pelanggan.
- e. Bukti fisik (*Tangible*), merupakan wujud nyata secara fisik dari jasa yang diberikan meliputi fasilitas layanan, penampilan pegawai/personil perusahaan, dan sarana informasi dan komunikasi yang dipakai dalam pengonsumsian jasa tersebut.

kelima dimensi tersebut merupakan faktor fundamental dalam menentukan kualitas layanan, termasuk layanan logistik. Metrik yang tepat dan komprehensif dalam mengukur performa layanan harus melibatkan 5 dimensi atau aspek dasar Servqual di atas.²⁷

Model Servqual Parasuraman adalah salah satu model terbaik yang diketahui untuk mengevaluasi kualitas layanan dan dapat diterapkan dalam jenis layanan apapun, termasuk logistik. Menurut Rafele (2004), pertimbangan dimensi

²⁷ Rafele, C., 2004. Logistic service measurement: a reference framework. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 15(3), pp. HLM. 280-290.

layanan yang utama sesuai dengan yang didefinisikan oleh Parasuraman et al. (1985, 1988), menunjukkan bahwa setiap evaluasi layanan termasuk dalam logistik sangat memungkinkan untuk diidentifikasi aspeknya atau elemen layanan dasar yang meliputi dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Setiap atribut layanan akan dinilai tingkat ekspektasi dan persepsinya dengan skala Likert 1 – 5 (Baki et al., 2009)

2. Analisa Model Gap

Menurut Wijaya, *Servqual* juga menganalisis model gap, yaitu perbedaan penilaian antara ekspektasi dan persepsi pelanggan yang ditunjukkan pada rumus berikut:

$$Q = P \text{ (Perceived service)} - E \text{ (Expected service)}$$

Keterangan:

Q: Kualitas Pelayanan (Quality of Service) / Gap

P: *Perceived service* atau persepsi aktual akan atribut layanan

E: *Expected service* atau harapan akan atribut layanan. Setelah mendapatkan hasil perhitungan gap antara persepsi dan harapan, maka dapat ditentukan tingkat atau skor kepuasan dengan rumus dibawah ini (diadopsi dari Hartono (2016)).

$$\text{Skor Kepuasan} = \text{Tingkat Kepentingan} \times (\text{Tingkat Persepsi} - \text{Tingkat Harapan})$$

Menurut Parasuraman et al. (1998), dalam *Servqual* terdapat lima gap atau kesenjangan yang sering terjadi dalam perusahaan sehingga perusahaan gagal memberikan layanan yang memuaskan kepada pelanggan. Kesenjangan tersebut antara lain:²⁸

²⁸ Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L., 1998. Alternative scales for measuring service quality: a comparative assessment based on psychometric and diagnostic criteria. In *Handbuch Dienstleistungsmanagement* hlm. 449-482

- a. Gap 1: Adanya perbedaan terhadap harapan pelanggan dan persepsi manajemen karena manajemen kurang memahami apa yang diharapkan oleh konsumen. Manajemen tidak bisa merasakan dengan tepat apa yang sebenarnya diinginkan oleh pelanggan.
- b. Gap 2: Adanya perbedaan atau kesenjangan antara persepsi manajemen dengan spesifikasi pelayanan yang diberikan. Hal ini disebabkan ketika harapan pelanggan yang dirasakan oleh manajemen berbeda dengan spesifikasi kualitas layanan yang diberikan.
- c. Gap 3: Adanya perbedaan antara spesifikasi kualitas layanan dengan pelaksanaan layanan yang diberikan. Walaupun telah diberikan petunjuk dan spesifikasi dalam menyampaikan pelayanan yang baik, namun dikarenakan kinerja pegawai yang buruk sehingga terjadilah kesenjangan ini.
- d. Gap 4: Adanya perbedaan antara penyampaian layanan dan komunikasi eksternal. Harapan pelanggan terbentuk karena janji dari penyedia layanan. Kesenjangan ini mengukur konsistensi antara image kualitas layanan dalam aktivitas promosi dengan kualitas layanan yang diberikan sebenarnya.
- e. Gap 5: Kesenjangan antara layanan aktual yang dirasakan dengan layanan yang diharapkan oleh konsumen. Kesenjangan ini muncul ketika satu atau lebih kesenjangan pada gap sebelumnya telah terjadi.

Pada pembahasan dalam buku ini dilakukan analisis gap yang ke 5 karena kesenjangan diukur antara persepsi dan ekspektasi pengguna layanan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan.

C. Konsep *Service Excellence* Perspektif Syariah (Alquran dan Hadits)

1. Konsep *Service Excellence*

Islam merupakan agama rahmatan lil alamin. Dimana setiap kegiatan umat manusia telah diatur oleh Allah SWT dalam al-Qur'an yang mulia, mulai dari ibadah hingga mu'amalah. *Service Excellence* dalam Islam masuk pada jenis mu'amalah. Lembaga keuangan syariah harus memiliki standar tersendiri dalam pelayanan yakni menggunakan konsep *Islamic Service Excellence* sebagai identitas lembaga keuangan syariah dan juga sebagai bentuk realisasi umat Islam dalam menjalankan ajaran islam di setiap kegiatannya.

Konsep *Service Excellence* atau kualitas pelayanan dalam perspektif Islam menurut Othman dan Owen, adalah bentuk evaluasi kognitif dari konsumen atas penyajian jasa oleh organisasi jasa yang menyandarkan setiap aktivitasnya kepada nilai nilai moral dan sesuai kepatuhan yang telah dijelaskan oleh syariat Islam. Dimensi *Service Excellence* telah disebutkan pada point dimensi standar *Service Excellence* diatas. Untuk dimensi *Islamic Service Excellence* hanya ditambahkan point *Compliance* atau *Syaria Compliance* yaitu kepatuhan pada syariat Islam. Dalam menjalin hubungan dengan customer ada tiga konsep dasar pelayanan yang perlu diperhatikan, yaitu: keikhlasan, kesuaian pelayanan dengan syariat, dan berusaha melayani dengan pelayanan terbaik.²⁹

d. Keikhlasan.

Keikhlasan merupakan kunci utama dalam setiap pekerjaan baik yang kita lakukan. Segala bentuk perbuatan baik yang dilakukan dengan berlandaskan keikhlasan akan menghasilkan hasil yang lebih baik. Tidak terkecuali dalam

²⁹ M Zainul Wathani, Afiati Kurnianingsih, "Konsep *Service Excellence* Perbankan Syariah Menurut Al-Qur'an", Jurnal Nisbah, Vol. 1, No. 1 (2015), 08-09.

pelayanan. Pelayanan yang baik jika didasari dengan keikhlasan maka hasilnya akan jauh lebih optimal. Meskipun sebuah pelayanan tersebut terkesan baik apabila tidak dilandasi dengan keikhlasan maka hasilnya tidak akan optimal. Sesungguhnya kunci diterimanya sebuah amalan dihadapan Allah adalah karena keikhlasannya.

e. Sesuai syariat.

Syariat merupakan aturan-aturan yang telah dibuat oleh Allah SWT untuk mengatur seluruh kehidupan manusia. Aturan-aturan yang telah dibuat Allah ini tidak hanya berisi tentang ibadah atau hubungan manusia dengan tuhan, akan tetapi juga berisi tentang muamalah atau hubungan manusia dengan manusia yang lainnya. Begitu juga dalam pelayanan. Pelayanan yang diberikan haruslah sesuai dengan syariat. Penerapan syariat yang paling penting dalam pelayanan di perbankan maupun lembaga non bank syariah adalah kehalalan produk yang ditawarkan. Produk halal pada lembaga keuangan syariah saat ini sangat diperhatikan dan berhati-hati sehingga terdapat DPS atau dewan pengawas syariah di setiap lembaga keuangan syariah.

Ada beberapa prinsip pelayanan yang harus diperhatikan oleh lembaga keuangan syariah:³⁰

1. Prinsip persamaan (Al-Musawah) adalah dengan tidak membedakan pelayanan. Sesuai dengan Q.S Al-Hujurat :13.
2. Prinsip persaudaraan (ukhwah) adalah penyelesaian masalah harus disesuaikan dengan prinsip kekeluargaan. Sesuai dengan Q.S Al-Hujurat: 10.

³⁰ Danang Kurniawan, *Service Excellent Berdasarkan Prespektif Islam di Bank Syariah*, jurnal Tawazun, Volume 3, Nomor 1, Maret 2020 hlm 69

3. Prinsip cinta kasih (mahabbah) adalah dengan tidak saling menyalahkan, berdamai dengan seluruh karyawan dan customer. Sesuai dengan Q.S Al-balad: 177.
 4. Prinsip perdamaian (silm) adalah dengan cara penyelesaian masalah dengan cara non litigasi. Sesuai dengan Q.S Al-Anfal: 61.
 5. Prinsip tolong menolong (At-taawun) adalah dengan menolong kesusahan customer. Sesuai dengan Q.S Al-Maidah: 1.
- f. Melakukan yang terbaik.

Telah kita bahas bersama konsep keikhlasan pada point diatas. Maka untuk membuktikan keikhlasan seseorang dalam bekerja dapat dilihat dari perbuatan yang dilakukannya. Perbuatan yang dilakukan tanpa kesungguhan dapat dikatakan perbuatan tersebut tidak dilandasi dengan keikhlasan. Seseorang yang ikhlas dalam melakukan suatu hal pasti berusaha untuk melakukan yang terbaik.

2. Service Excellence Perspektif Islam (Alquran dan Hadits)

a. Berdasarkan al-Qur'an

Menurut M Zainul Wathani dan Afiati Kurnianingsih, dalam jurnalnya yang berjudul *Konsep Service Excellence Perbankan Syariah Menurut Al-Qur'an*, Konsep *Islamic Service Excellence* dapat diketahui dari beberapa ayat dalam Al-Qur'an antara lain Q.S Al Ahzab: 21 dan Q.S An-Nahl: 125.

1. Q.S Al-Ahzab: 21

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

“Sesungguhnya telah ada dalam (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu), bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah.³¹

³¹ Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Quran dan Terjemahannya (Bandung: PT Mizan Bunaya Kreativa, 2011), hlm 421.

Ayat yang mulia ini adalah pokok yang agung tentang mencontoh Rasulullah SAW dalam berbagai perkataan, perbuatan dan perilakunya. Untuk itu, Allah tabaaraka wata'ala memerintahkan manusia untuk mensuritaładani nabi SAW pada hari ahzab dalam kesabaran, keteguhan, kepahlawanan, perjuangan dan kesabarannya dalam menanti pertolongan dari Rabb-nya.

Untuk itu Allah SWT berfirman kepada orang-orang yang tergoncang jiwanya, gelisah, gusar dan bimbang dalam perkara mereka pada hari kiamat, “لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ” Sesungguhnya telah ada dalam (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu” Yaitu mengapa kalian tidak mencontoh dan mensuritaładani sifat-sifat Rasulullah SAW? Untuk itu Allah SWT berfirman” لِمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah”.

Dari ayat diatas dan juga penafsirannya maka dapat diambil kesimpulan bahwa Allah memerintahkan seluruh umat manusia untuk mencontoh perilaku Rasulullah SAW dalam segala aspek kehidupannya. Tak terkecuali dalam implementasi *Islamic Service Excellence*, perilaku Rasulullah SAW dalam melayani pelanggan yaitu dengan berperilaku jujur, ikhlas, memberi kemudahan ketika bertransaksi, profesional, dan menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan tetap menjadi teladan terbaik untuk mengaplikasikannya.

2. Q.S An-Nahl: 125

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدْلُهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ

ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

“Serulah (manusia) kepada jalan Rabb-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Rahh-mu, Dialah yang lebih mengetahui tentu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”³²

Allah SWT berfirman seraya memerintahkan Rasul-Nya, Muhammad SAW agar menyeru umat manusia dengan penuh hikmah. Firman-Nya (وَجِدْلُهُمْ بِالَّتِي هِيَ)

(أَحْسَنُ) “dan bantahlah mereka dengan cara yang baik”, yakni barang siapa yang membutuhkan dialog dan tukar pikiran, maka hendaklah dilakukan dengan cara yang baik, lemah lembut, serta tutur kata yang baik.³³

Dari ayat diatas maka risalah yang dapat diambil yaitu menarik minat dan menjalin hubungan dengan customer dapat dilakukan menggunakan metode dakwah Rasulullah yakni al hikmah (menyesuaikan dakwah sesuai dengan karakter, sifat dan tingkat pemahaman objek dakwah), al-mau'idzoh bil hasanah (nasehat yang baik), Al-mujadalah bil hasanah (berdebat dengan cara yang baik).

b. Berdasarkan hadits

Konsep *Islamic Service Excellence* dapat diketahui dari beberapa hadits Rasulullah antara lain

³² Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Quran.....282

³³ Abdullah bin Muhammad, *Tafsir Ibnu Katsir jilid 5, Terj. M. 'Abdul Ghoffar* (Jakarta, Pustaka Imam Asy-Syafi'i:2008), 206.

1. خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

“Sebaik-baik manusia adalah yang bermanfaat bagi manusia lainnya.”

(HR. Ṭabrani dan Daruqūṭni).³⁴

Dari hadits diatas Rasulullah telah menyerukan kepada umatnya bahwasanya manusia yang paling baik adalah yang bermanfaat bagi manusia yang lain. Dan korelasinya dengan konsep *Islamic Service Excellence* adalah untuk dapat dikategorikan menjadi manusia paling baik, seorang muslim dapat memberikan pelayanan yang baik, tepat sasaran dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Memberikan pelayanan terhadap pelanggan semaksimal mungkin sehingga pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

2. تَبَسُّمُكَ فِي وَجْهِ أَخِيكَ لَكَ صَدَقَةٌ

“Tersenyum dihadapan saudaramu adalah sedekah.” (HR. Tirmidhi)³⁵

Memberikan senyuman kepada saudara kita adalah sedekah. Saudara yang dimaksudkan disini dapat diartikan sebagai saudara seiman, sebangsa maupun senegara. Senyuman yang diberikan kepada orang lain akan memberika energi positif terhadap orang tersebut. Senyuman juga dapat membuat suasana menjadi lebih nyaman. Konsep *Service Excellence* yang dapat diambil dalam hadits ini adalah memberikan senyuman kepada pelanggan adalah salah satu hal penting yang harus dilakukan. Dengan senyuman maka suasana akan lebih hangat. Dibarengi dengan perkataan yang lembut akan membuat pelanggan semakin nyaman untuk berkomunikasi dan menyampaikan kebutuhannya.

³⁴ Al Imam Al Hafidzh Ali bin Umar, *Ad-Daraqūṭni, Terj. Amir Hamzah Fachruddin*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2007), 56.

³⁵ Muhammad Nashiruddin Al Albani, *Ṣaḥih Sunan Al-Tirmidhi, Terj. Fachruazi*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2006), 539-540.

BAB III
LAYANAN *FIRST MILE* DAN *LAST MILE* PADA iD EXPRESS
JAWA TIMUR

A. Gambaran umum iDexpress Jawa Timur

1. Sejarah berdirinya

iDexpres merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pengiriman dan logistik yang berpusat di Jakarta. Perusahaan secara resmi berdiri pada tanggal Maret 2019. namun untuk pertama kalinya melayani masyarakat dan menjadi mitra *marketplace* dalam proses pengiriman pada pertengahan tahun 2020. Sejak 5 bulan launching hingga Saat ini IDExpress Logistik Indonesia melayani pengiriman paket ke seluruh provinsi di Indonesia.³⁶

Sejak berdiri di tahun 2019 iDexpress mengalami perkembangan pesat dalam sisi pertumbuhan karyawan. Pada bulan Desember 2020, ID Express diketahui memiliki 20.000 tenaga kerja profesional yang sudah tersebar hingga ke pelosok indonesia. ID Express mencatatkan pertumbuhan yang signifikan setiap bulannya pada proses pengiriman sejak bergabung sebagai keluarga logistik Indonesia.³⁷

Untuk perkembangannya sendiri iDexpress bisa di katakan cukup cepat karena hanya membutuhkan kurun waktu 2 bulan untuk bisa tersebar di seluruh wilayah pulau jawa, dan 5 bulan untuk tersebar di seluruh wilayah indonesia (34 provinsi). Dan di may 2020 atau 7 bulan setelah launching iDexpress sudah mampu untuk mengantarkan 3.800.000+ dan puncak membludaknya paket di iDexpress di mulai

³⁶ Tantri Lestari (11 Januari 2021). "*Usia Boleh Muda, IDexpress Mampu Serap 20.000 Tenaga Kerja Profesional di Masa Pandemi*". *tagar.id*. Diakses tanggal 23 Mei 2022

³⁷ Selain Pelayanan, IDexpress Kenalkan Gerai Super Flagship yang Berikan Fasilitas Terbaik". *Liputan6.com*. 31 Desember 2020. Diakses tanggal 23 Mei 2022

ketika sudah berhasil melakukan kontrak kerjasama dengan shopee di july 2020. Dan saat pertama kali shopee mengadakan promo *shopping day* di 10.10 dalam sekali event iDexpress berhasil untuk mengirimkan 1.200.000+ paket.

Datang sebagai perusahaan baru di Indonesia, yang berdiri sekitar 3 tahun yang lalu. iD Express siap melayani pengiriman paket ke seluruh Indonesia. Dengan berbagai keunggulan yang dimiliki iDexpress mampu bersaing dan bahkan mampu meraih penghargaan bergengsi. Raihan tersebut dapat diwujudkan berkat kerjasama tim yang bekerja dalam perusahaan iD Express, baik dari General manager, regional manager, supervisor, koordinator admin, dan kurir. Berkat dedikasi mereka, iD Express mampu bersaing melawan kompetitor ekspedisi lama maupun baru, dan masih berdiri hingga sekarang.

Perusahaan iD Express berkomitmen untuk memanfaatkan sistem IT yang canggih untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas bagi pelanggan melalui operasional 365 hari tanpa libur, 24 jam layanan keluhan pelanggan, sistem pantauan *real time* dan sistem klaim yang cepat. Cakupan layanannya diseluruh Indonesia, dan di sokong oleh tenaga yang sudah profesional. Perusahaan express yang pertama kali di Indonesia dengan menggunakan sistem *geosentrik dan desentralisasi warehouse*, serta mem-fokuskan ke arah *innercity* maupun *intercity delivery*.³⁸

IDexpress merupakan perusahaan logistik express pertama yang menerapkan konsep desentralisasi dengan fasilitas *automatic sorting system*. iDexpress sangat memperhatikan proses pengiriman dan berfokus pada *effectivity, efficiency, accuracy, dan economical*. Dengan berfokus kepada keempat pilar tersebut maka motto "*Navigate Advance Delivery*" akan tercapai.

³⁸ Materi training, general id express 2021, IDexpress Jawa Timur hlm 2

2. Visi dan misi³⁹

a. Visi

Menjadi jasa pengiriman ekspres berbasis teknologi terbesar di Asia Tenggara dengan fokus sebagai partner *e-commerce* dan marketplace

b. Misi

- 1) Memudahkan akses layanan pengiriman tanpa batas
- 2) Mengutamakan kecepatan, ketepatan, dan keamanan melalui penggunaan teknologi terbaru berbasis robot
- 3) Berinovasi dalam penggunaan teknologi untuk mengembangkan layanan pengiriman yang handal dan terpercaya
- 4) Memberikan pengalaman layanan pengiriman yang berkualitas di Indonesia dan Asia Tenggara

3. Tujuan

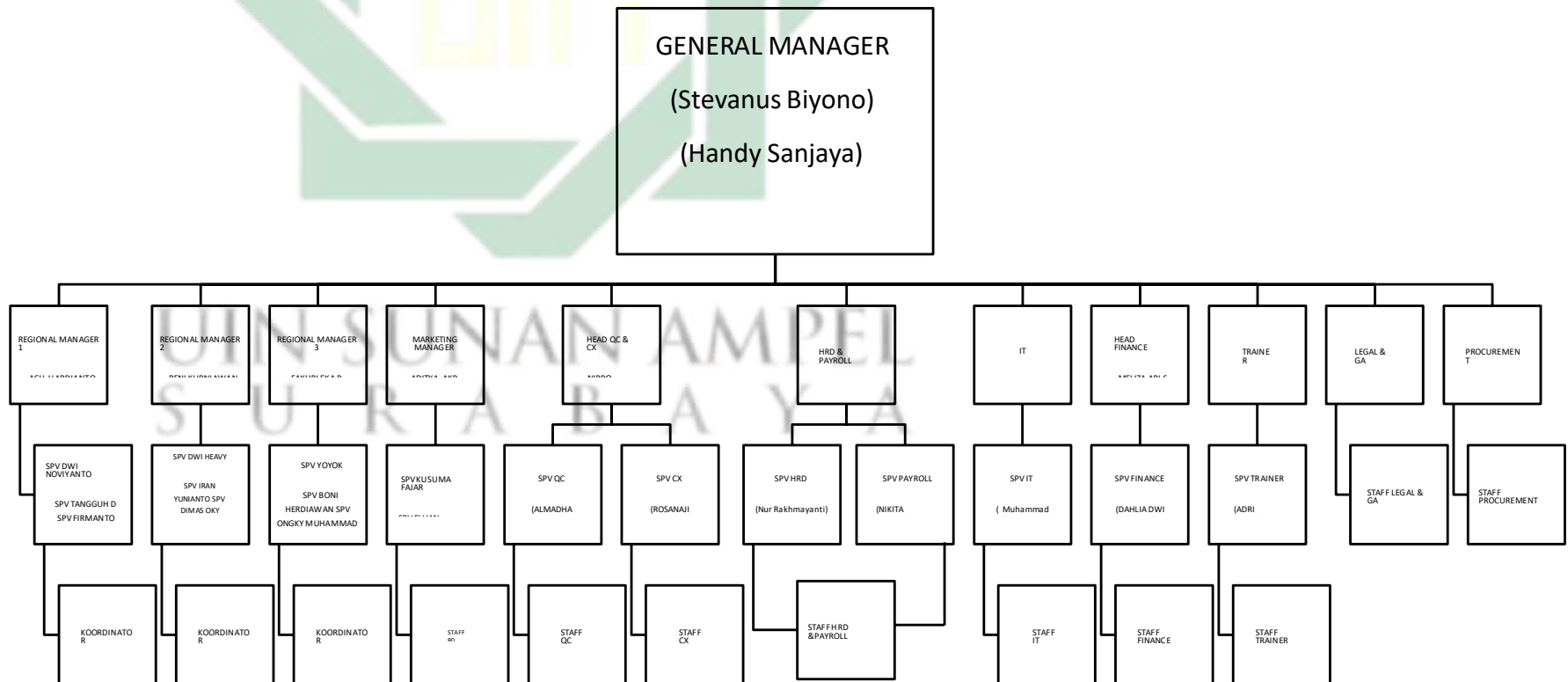
Dalam operasionalnya iDexpress mempunyai tujuan yaitu:

- a. Memberikan layanan pengiriman tanpa batas ke seluruh wilayah nusantara.
- b. Memprioritaskan kepuasan customer setia pengguna jasa ekspedisi
- c. Selalu berkembang dalam segala sisi sesuai era dan teknologi
- d. Melakukan ekspansi ke negara luar khususnya ASEAN.

³⁹ Company profile iDexpress IDexpress Jawa Timur mitra surabaya 2022

4. Struktur Organisasi

STRUKTUR ORGANISASI PT. RAJAWALI JAYA EKPRES SURABA



5. Produk dan Layanan

a. *Express Type*⁴⁰

Tipe-tipe ekspres yang menawarkan beberapa jenis pilihan lama waktu pengiriman. Seperti, pengiriman pada hari yang sama atau regular dan lainnya.

1) *Same day* (SMD)

iDExpress *Same day/ Same Day Service* (SMD) adalah salah satu jasa layanan iDexpress dengan melayani penjemputan & pengiriman barang di hari sama dengan hari pengiriman (24 Jam). Dan *Same day* ini menjadi solusi untuk pengiriman paket yang bersifat urgent seperti pengiriman dokumen, makanan beku, dll.

2) Standart (STD)

iD Lite adalah salah satu jasa layanan iDexpress dan pertama di indonesia dengan melayani penjemputan dan pengiriman barang dan dokumen dengan berat di bawah 500gram dan harga yang sangat terjangkau.

3) iD Truck

iD Truck adalah salah satu jasa layanan iDexpress dan pertama di indonesia dengan melayani penjemputan dan pengiriman barang khusus untuk paket-paket besar dengan harga yang sangat terjangkau.

Dan untuk jenis pengiriman ini berat minimal adalah 10 kilogram.

b. *Payment Type*⁴¹

Tipe-tipe *payment* (pembayaran) yang ditawarkan kepada customer iDexpress. Seperti bayar ditempat, bayar bulanan, dan juga lainnya.

⁴⁰ Company profile iDexpress IDexpress Jawa Timur mitra surabaya 2022

⁴¹ Materi training, general id express 2021, IDexpress Jawa Timur hlm 13

1) *Cash payment*

Pembayaran ongkir yang dilakukan langsung oleh pengirim saat pengiriman

2) *Payment after delivery*

Pembayaran ongkir yang dilakukan oleh penerima ketika paket sampai di tujuan

3) *Periodic Payment*

Pembayaran ongkir yang dilakukan secara berkala baik mingguan atau bulanan

4) *Cash on delivery*

Pembayaran dilakukan oleh penerima secara cash saat bertemu dengan kurir

c. *Service Type*

Tipe-tipe layanan yang ditawarkan kepada customer iDexpress. Seperti layanan jemput paket.

1) *Pick up*

Tipe pelayanan dimana pengirim melakukan *request* kepada transit hub iDexpress untuk menjemput paket di rumah pengirim.

2) *Drop off*

Tipe pelayanan dimana pengirim secara langsung mengantarkan paket yang ingin dikirim ke transit hub terdekat

d. *Station iDexpress*⁴²

1) *Franchise Branch (FB)*

⁴² Materi training, general id express 2021, iDexpress Jawa Timur, hlm 21

Berfungsi untuk *Pickup* dan *Dropoff* paket. Tidak diperbolehkan untuk melakukan *delivery*. *Franchise Branch* dimiliki dan dioperasikan oleh individu namun masih dalam naungan iDexpress.

2) *PickUp & Dropoff Branch* (PDB)

Sama seperti FB, *Pickup & Dropoff* branch berfungsi untuk melakukan *Pickup*, *Dropoff* paket dan juga tidak diperbolehkan untuk *delivery*. Dimiliki dan dioperasikan oleh *Master Agent*.

3) *Transit Hub* (TH)

Berfungsi untuk melakukan *Pickup*, *Dropoff* dan juga *delivery* ke customer. Transit hub juga dinilai sebagai ujung tombak pengiriman paket ke customer. Dibawah pengawasan *Master Agent* (MA)

4) *Main Hub* (MH)

MH adalah penghubung antar provinsi dan pulau di Indonesia. Memiliki tempat yang luas karena menerima paket dari seluruh Indonesia dan berada di bawah pengawasan *Headquarter* (HQ) atau pusat.

5) *Drop Center* (DC)

DC adalah penghubung antar kota dalam provinsi. Memiliki tempat yang luas karena menerima paket dari seluruh Indonesia dan berada di bawah pengawasan *Master agen* (MA).

6. Daftar Kantor Cabang iDexpress Jawa Timur

Untuk peta persebaran kantor cabang iDexpress Jawa Timur hingga saat ini sudah mencapai angka 63 cabang yang tersebar di seluruh wilayah jawa timur dari wilayah perkotaan hingga kabupaten. untuk persebarannya sendiri

untuk wilayah kota bisa lebih dari 3 cabang, dan untuk di wilayah kabupaten jumlah cabang mulai dari 1 sampai 3 cabang per wilayah kabupaten. Dan Surabaya raya masih dominan untuk jumlah cabangnya yang mencapai 13.

Untuk menentukan berapa cabang yang akan di buka di setiap wilayah pastinya sudah ada perhitungan yang sangat matang dari manajemen agar ketika sudah dibuka bisa mendatangkan keuntungan. Dan biasanya secara garis besar bisa di lihat dari jumlah paket yang keluar dari wilayah tersebut (*outgoing*) dan paket dari luar yang alamat tujuannya atau destination ada di daerah tersebut (*incoming*). Dan untuk coveragenya juga menyesuaikan dengan jarak antara cabang satu dengan yang lainnya.

Biasanya satu cabang untuk di daerah perkotaan coveragenya 4 sampai 5 kecamatan dengan jumlah paket di kisaran 1000 -1500 ketika hari biasa dan 3000+ jika event marketplace. untuk di cabang yang ada di wilayah kabupaten biasanya punya coverage wilayah yang lebih luas karena kecamatannya lebih banyak dan jumlah paketnya 500-1000 di hari biasa dan bisa sampai di angka 2000 ketika lagi event. Untuk wilayah jawa timur sendiri hingga saat ini TH dengan paket terbanyak masih di pegang TH Gubeng, TH Waru dan TH Klojen.

Jumlah paket yang masuk di idexpress jawa timur (*incoming*) dalam sebulan dapat mencapai 1.004.755 paket, dengan TH Gubeng yang mendapat incoming terbanyak sejumlah 44.937/bulan dan 2163 paket/hari. Dan kedua ada TH Waru dengan 34.575 paket, dan 1700 paket/hari. Sedangkan untuk paket yang keluar dari idexpress jawa timur dalam sebulan mencapai 398.355 paket, dan penyumbang outgoing terbanyak dalam sebulan 32.705/paket yaitu TH Gubeng, dan di posisi kedua ada TH Waru dengan 22.230 paket.

7. SOP (Standart Operational Perusahaan) *First Mile & Last Mile*

a. SOP (Standart Operational Perusahaan) *First Mile*

First Mile adalah proses pengangkutan paket dari pengirim atau seller ke iDexpress. Pengiriman *first mile* akan mengacu pada pengiriman produk dari gudang/alamat pengirim ke gudang iDexpress. Jadi untuk proses atau waktu *first mile* ini di mulai ketika paket sudah di lakukan *scan pickup* atau ketika resi paket tersebut sudah masuk ke system iDexpress sampai nanti paket tersebut sudah sampai di gudang atau MH (*Main Hub*).

Untuk memastikan bahwa paket yang di lakukan pengiriman bisa sampai di gudang atau MH (*Main Hub*) sesuai dengan waktu yang sudah di tentukan, iDexpress Jawa Timur mempunya *Standart Level Agremeent* (SLA) atau biasa juga di artikan sebagai kualitas pelayanan yang di berikan oleh idexpress. Dan untuk standart level agreemeent (SLA) *first mile* idexpress sendiri mempunyai target di angka 98% jadi benar-benar sangat menjaga kualitas kecepatan agar dapat memberikan kepuasan kepada customer.

Agar dapat mencapai target yang sudah di tentukan yaitu 98% maka seluruh tim operational harus menjalankan alur sesuai dengan SOP yang sudah di tentukan mengingat *margin error* yang ada sangat kecil yaitu 2%. Sedangkan untuk bisa menjalankan SOP yang sudah ada masih harus melalui banyak flow yang harus di lakukan. Berikut adalah flow *first mile* di iDexpress Jawa Timur:



Gambar 1 : Flow first mile iDExpress

Untuk alur pengiriman pada proses *first mile* sendiri harus melalui beberapa tahap sehingga bisa berjalan sesuai dengan SOP yang sudah ditentukan diantaranya: *order/waybill created*, *schedule to courier*, *pickup/dropoff*, *sortir*, *packing*, *loading* dan *sending*. Dan pelayanan pada proses first mile ini yang akan lebih sering melakukan kontak dengan customer adalah posisi admin dan kurir, admin ketika menerima customer atau *seller* saat melakukan *drop off* paket ke kantor dan kurir ketika melakukan pengambilan atau *pickup* paket ke alamat customer.

Ketika admin melakukan penerimaan paket yang dilakukan pengantaran sendiri ke kantor oleh *sender (Drop off)* maka admin harus melakukan pelayanan yang sesuai dengan SOP dimana ada ketentuan yang harus dilakukan agar customer merasa puas setelah melakukan pengiriman di iDexpress Jawa Timur, dan SOP tersebut di antaranya:

1. Ucapkan Salam
2. Tanyakan bantuan yang diperlukan
3. Identifikasi pelanggan
4. Pastikan kondisi paket yang diterima.
5. Lakukan scan pada OMS

6. Timbang dan ukur paket.
7. Print Waybill
8. Berikan bukti pengiriman
9. Tanyakan apakah ada yang dapat dibantu kembali
10. Ucapkan terima kasih dan salam

Dengan sudah adanya SOP yang jelas di harapkan bisa di jadikan patokan oleh tim operational terlebih admin dalam melakukan pelayanan kepada customer yang melakukan *drop off* ke kantor agar merasa puas dan merasa di layani dengan baik. Karena dengan kepuasan yang di dapatkan ketika melakukan *drop off* ke kantor di harapkan bisa menjadikan mereka melakukan *repeat delivery* menggunakan jasa dari iDexpress jawa timur dan menjadikan promosi gratis kepada lingkungan customer dan secara tidak langsung dapat menaikkan *outgoing*.

Setelah paket di terima oleh admin, selanjutnya akan di lakukan flow untuk memastikan jika paket yang akan di lakukan pengiriman sudah sesuai dengan SOP dan tidak ada kendala agar paket bisa segera di berangkatkan, di antaranya:

1. Melakukan *re-labeling* untuk paket yang belum ada AWB ataupun yang sudah ada tetapi masih menggunakan kertas biasa.
2. Melakukan *re-packing* untuk paket yang perlu penanganan khusus agar aman saat proses pengiriman
3. Berat paket yang di input di system sudah sesuai baik berat aktual ataupun volumetrik.

4. Menambahkan kelengkapan data baik pengirim ataupun penerima.
5. Melakukan penempelan stiker untuk paket yang perlu mendapatkan penanganan khusus.
6. Memisahkan paket biasa dan paket *dangerous good* (DG).
7. Menambahkan packing kayu untuk paket yang rawan pecah.

b. SOP (Standart Operational Perusahaan) *Last Mile*

Last mile adalah proses pengiriman barang ke alamat customer, Paket yang telah sampai di *Transit Hub* (TH) dari *Main Hub* (MH) atau FB/PDB atau *incoming*, yang selanjutnya akan diproses sampai penerima. Proses *Last Mile* dijalankan pada TH di masing-masing *destination*. *Last Mile* memiliki peranan penting bagi berjalannya flow pengiriman di iDexpress. Berdasarkan hal tersebut maka dibentuklah perjanjian berupa SLA dalam proses *Last Mile* untuk menjaga kualitas pengiriman iDexpress.

Sama seperti di *first mile* target yang di tetapkan iDexpress untuk SLA *Last mile* adalah 98% guna memastikan bahwa paket yang di lakukan pengiriman ke alamat penerima bisa sampai dengan cepat dan tidak melebihi estimasi pengiriman yang telah di berikan kepada customer. Sehingga dapat memberikan rasa kepuasan kepada customer yang sudah melakukan pengiriman menggunakan jasa kita.

Agar dapat mencapai target yang sudah di tentukan yaitu 98% maka seluruh tim operational harus menjalankan alur sesuai dengan SOP yang sudah di tentukan mengingat *margin error* yang ada sangat kecil yaitu 2%. Sedangkan untuk bisa menjalankan SOP yang sudah ada masih harus melalui

banyak *flow* yang harus di lakukan. Berikut adalah *flow last mile* di iDexpress Jawa Timur:



Gambar 2: flow last mile

Untuk estimasi pengiriman di iDexpress Jawa Timur sendiri cukup beragam tergantung dengan jenis pengiriman yang di pilih. Pertama, untuk *same day* akan sampai di hari itu juga atau maksimal 24 jam. Kedua, standart dalam pulau akan sampai dalam 2-4 hari dan luar pulau maksimal 6-7 hari. Dan ketiga, iDtruck dalam pulau akan sampai maksimal 7 hari dan luar pulau maksimal 14 hari menyesuaikan jadwal penerbangan ataupun penyebrangan kapal.

Ketika paket sudah berada di TH tujuan maka akan langsung di lakukan proses oleh *processing* untuk di sortir sesuai dengan TLC nya agar ketika kurir datang bisa segera di lakukan pengiriman ke alamat customer. Dengan harapan dalam sekali percobaan bisa langsung terkirim dan POD (*proof of delivery*/ bukti pengiriman). Tapi jika dalam percobaan pengiriman ternyata belum berhasil maka harus di lakukan POS (*problem on shipment* / masalah pengiriman) untuk menandakan bahwa paket tersebut dalam

masalah. Dan akan di lakukan pengiriman ulang di hari berikutnya hingga berhasil atau 3x percobaan kirim.

POD (*proof of delivery*/ bukti pengiriman) dan POS (*problem on shipment shipment* / masalah pengiriman) sendiri mempunyai peranan yang sangat penting karena dapat menunjukkan scan terakhir dan posisi terakhir untuk pakatnya. Sehingga dalam menjalankan harus sesuai dengan SOP yang telah di tetapkan oleh iDexpress, yaitu:

NO	POD	POS
1	Foto memiliki <i>Time Stamp</i> dengan informasi waktu penerima dan alamat penerima yang jelas	Paket yang POS, pastikan sudah dilakukan percobaan pengiriman, menghubungi customer dan reason yang jelas
2	Terdapat Foto penerima paket sedang menerima paket dengan jelas	POS dilakukan secara actual dan sesuai SOP
3	Terdapat Foto Paket Jelas dan tidak blur	Pastikan paket memiliki status POS yang jelas
4	Lokasi Foto paket jelas dan mudah dikenali.	Di lengkapi dengan bukti yang valid
5	Jika penerima diwakilkan pastikan catat informasi penerima dengan jelas saat proses POD dan konfirmasi customer	Di lakukan <i>re-delivery</i> di keesokan hari

Tabel 1: Sop POD & POS

Hal tersebut sangat di tekankan kepada kurir *delivery* guna meminimalisir hal yang tidak di inginkan. Karena untuk menjaga kualitas pengiriman yang di berikan kepada customer. Dan memberikan kenyamanan dan kepastian lokasi paket jika belum terkirim dan memastikan kondisi paket terkirim dengan baik jika sudah POD (*proof of delivery*/ bukti pengiriman).

B. Penerapan *Service Excellence* Pada Layanan *First mile* dan *last mile* di iDexpress

Jawa Timur

Service excellence merupakan pelayanan terbaik untuk dilakukan guna memenuhi kebutuhan customer dengan memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya sehingga terciptanya kepuasan dan loyalitas customer. Karena dengan kepuasan yang di dapatkan oleh customer akan menjadikan sebuah ajang promosi gratis bagi perusahaan, dengan mereka bercerita ke ruang lingkup customer masing – masing minimal kepada keluarga ataupun teman terdekat. Dan dirasa itu merupakan media promosi paling efektif.⁴³

Service excellence merupakan salah satu hal penting yang harus dilakukan sebagai kunci utama suksesnya suatu perusahaan dalam kompetisi dengan competitor guna memperebutkan customer, karena akan mendapatkan loyalitas pelanggan dan profit yang lebih besar, terlebih bagi perusahaan jasa. iDexpress melakukan *Service Excellence* sebagai bentuk pelayanan terbaik yang diberikan kepada customer sehingga customer nyaman dalam bertransaksi.

Hasil dari wawancara yang dilakukan iDexpress Jawa timur mengakui bahwa pelayanan merupakan kunci utama dalam meningkatkan eksistensi perusahaan. Menurut Adry Yudha Vijaya selaku SPV Trainer iDexpress Jawa Timur saat wawancara beliau mengatakan bahwa:

Pelayanan adalah kunci dari segala aktivitas yang dilakukan. Karena di sini yang kita jual adalah jasa, jadi kita harus memberikan yang terbaik demi membuat customer menjadi puas dengan jasa kita. Karena di luaran sana sudah sangat banyak pesaing dengan menawarkan jasa serupa. Jika kita ingin bersaing di kecepatan pengiriman maka akan sulit, semua ekspedisi estimasi pengiriman tidak akan beda jauh karena memang jarak dan rute yang di lalui juga akan sama. Oleh karena itu kita mencoba untuk bersaing di pelayanan yang kita berikan

⁴³ Fakhri Eka, Wawancara, iDexpress Jawa Timur, 28 Mei 2022

kepada customer demi membuat mereka merasa puas dan selanjutnya akan menggunakan jasa kita lagi.⁴⁴

Dalam teori dimensi *servqual for logistic service excellence* TERRA terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan dalam penerapan *service excellence* diantaranya yaitu dengan selalu berupaya untuk all out dalam melakukan pelayanan, selalu mengutamakan kepentingan customer dan selalu melakukan pelayanan dengan menerapkan 5S (Senyum, Sapa, Salam, Sopan, Santun).

a. Assurance (Jaminan)

Merupakan suatu kemampuan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan. Untuk menumbuhkan rasa percaya customer iDexpress Jawa timur selalu berupaya untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada customer dengan selalu menjaga komitmen dengan customer. Mengatakan hal yang benar kepada customer dan berusaha untuk merealisasikannya sehingga menghindari kerugian dan kekecewaan customer. Dalam hal ini terutama admin baik dari *Transit Hub (TH)*, *Pickup drop off branch (PDB)* *franchise branch (FB)* diharuskan memiliki hubungan yang paling baik dengan customer karena Admin yang setiap hari berhubungan dan bertransaksi langsung dengan customer. Dengan demikian tuntutan untuk terus menjaga kualitas pelayanan Admin sangatlah besar, dari hasil wawancara dengan Admin diketahui bahwa

Admin harus terus berupaya untuk menjalin hubungan yang baik dengan customer agar customer selalu puas dengan pelayanan yang diberikan. Admin juga harus menawarkan produk dan estimasi untuk proses kirim di sertai biayanya. Admin selalu memperhatikan setiap kebutuhan customer sehingga dapat memberikan produk yang sesuai dengan kebutuhan customer agar tidak menimbulkan kekecewaan bagi customer di kemudian hari sehingga customer akan terus percaya dengan kualitas pelayanan dan juga produk-produk dari iDexpress Jawa Timur.⁴⁵

⁴⁴ Adry Yudha Vijaya, Wawancara, iDexpress Jawa Timur, 28 Mei 2022

⁴⁵ Alifia Kusuma Putri, Wawancara iDexpress Jawa Timur, 28 Mei 2022

Telah dilakukan wawancara juga pada customer iDExpress Jawa Timur yang hampir setiap hari melakukan transaksi dengan Admin iDExpress Jawa Timur Cabang Surabaya Wonocolo, seperti Intan pemilik salah satu toko online di *marketplace*. Beliau mengatakan:

Saya puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Admin karena Admin dapat bersosialisasi yang baik dengan customer. Admin juga dapat memberikan pelayanan sesuai dengan karakter dan kebutuhan customer.⁴⁶

b. Reliability (Kemampuan)

Suatu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan janji-janji yang telah diberikan kepada customer. iDexpress Jawa Timur selalu berupaya untuk memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang telah diberikan, yakni pelayanan yang sesuai dengan SOP iDexpress Jawa Timur. Diantaranya adalah selalu melayani dengan cepat tepat cermat dan cekatan, memberikan pelayanan dengan benar dan teliti, melayani dengan sopan dan ramah, selalu fleksibel dan penuh perhatian dalam pelayanan, memberikan pelayanan yang menyenangkan dan memuaskan customer, selalu berpakaian rapi dan bersih, menjaga keindahan dan keserasian kantor, melayani dengan tertib dan menjaga keamanan customer dan menggunakan teknologi yang canggih dalam memberikan pelayanan.

Dalam memberikan pelayanan karyawan selalu berupaya untuk memberikan pelayanan sesuai dengan standar yang ditentukan dengan membuat customer senang dan nyaman, selalu bertutur kata yang baik, berperilaku dan berpenampilan sopan, menjelaskan tentang produk-produk yang dimiliki dan selalu berupaya untuk membantu memenuhi kebutuhan customer.⁴⁷

Menurut Sukaton salah seorang customer iDexpress Jawa Timur dan pemilik salah satu toko spearpat motor, beliau mengatakan:

⁴⁶ Intan, Wawancara, Customer iDexpress Jawa Timur, 8 juli 2022

⁴⁷ Fakhri Eka, Wawancara, iDexpress Jawa Timur, 28 Mei 2022

Saya puas dengan pelayanan yang diberikan karena kurir iDexpress dapat menjalin hubungan yang baik dengan customer di lapangan, bertutur kata yang baik, dapat memenuhi janji yang telah diberikan dan juga selalu berpenampilan rapi dan sopan saat melakukan *delivery*.⁴⁸

c. *Tangible* (Bukti Fisik)

Merupakan suatu kemampuan perusahaan untuk menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal perusahaan. Dalam menunjukkan eksistensinya iDexpress Jawa Timur selalu berupaya untuk menjaga kebersihan dan kerapian kantor. Menjaga keserasian kantor sehingga sedap untuk dipandang mata. Selalu menyediakan berbagai fasilitas mulai lahan parkir yang memadai, ruang tunggu ber AC dan harum, tim operational yang selalu ramah dan welcome dengan siapapun yang datang berkunjung ke iDexpress Jawa Timur Menurut Adry Yudha Vijaya selaku SPV Trainer iDexpress Jawa Timur saat wawancara beliau mengatakan bahwa

Saya selalu menekankan kepada semua tim operational mulai dari tim *Transit Hub* (TH), *Pickup drop off branch* (PDB) *franchise branch* (FB) untuk selalu menjaga kebersihan tempat mereka bekerja. Agar mereka sendiri bisa merasa nyaman ketika bekerja terlebih ketika ada customer yang datang ke cabang. Itu juga sudah jelas di sebutkan dalam modul kerja TH, menjaga kebersihan TH selalu ada di nomor satu untuk semua posisi baik dari koordinator, admin, processing sampai kurir.⁴⁹

Seperti yang di sampaikan oleh Johan customer iDexpress Jawa Timur yang kerap kali datang ke kantor untuk melakukan *drop off* paket beliau mengatakan:

Posisi kantor iDexpress Jawa Timur cabang Wonocolo cukup strategis, berada di pinggir jalan raya langsung di lengkapi parkir yang cukup luas jadi mudah aksesnya. Dan ketika sudah masuk kantornya juga enak bersih, nyaman dan terawat. Ketika harus antri ruang tunggu juga nyaman, di sertai sofa dan AC sehingga tidak panas dan tidak terasa ketika sedang menunggu giliran.⁵⁰

⁴⁸ Sukaton, Wawancara, Customer iDexpress Jawa Timur, 8 juli 2022

⁴⁹ Adry Yudha Vijaya, Wawancara, iDexpress Jawa Timur, 28 Mei 2022

⁵⁰ Johan, Wawancara, iDexpress Jawa Timur, 11 Juli 2022

d. *Emphaty* (Kepedulian)

Suatu kemampuan perusahaan dalam memahami maksud dan memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan customer. Menurut karyawan iDexpress Jawa Timur melakukan *service excellence* kepada customer merupakan hal penting yang harus dilakukan. Menurut admin operational bahwa:

Tujuan dalam penerapan *Service Excellence* adalah memberikan kepuasan terhadap customer, sehingga standard *Service Excellence* merupakan kepuasan customer. Berhasil tidaknya penerapan *Service Excellence* dinilai dari prosesnya, yakni ketika customer merasa senang melakukan pengiriman barang dengan menggunakan jasa iDexpress Jawa Timur, nyaman dalam mengutarakan kebutuhan dan kepentingannya, dan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Sehingga yang menilai berhasilnya penerapan *service excellence* adalah dari proses-proses yang telah dilakukan. Menilai seorang customer nyaman tidaknya melakukan pengiriman barang dengan menggunakan jasa iDexpress Jawa Timur adalah dengan melihat kesetiaan customer dalam menggunakan jasa kita untuk melakukan pengiriman.⁵¹

Dan setelah penerapan *Service Excellence* di iDexpress Jawa Timur yang di harapkan dari manajemen adalah akan semakin mendapatkan kepercayaan yang lebih dari customer dan bisa lebih bersaing dengan jasa ekspedisi serupa. Hal ini senada dengan yang di sampaikan Ardy sebagai customer setia iDexpress Jawa Timur:

Setiap kali saya datang ke kantor untuk *drop off* ataupun kurir yang melakukan pengambilan (*pickup*) di rumah saya, saya selalu merasa cukup puas dengan yang pelayanan dan saran yang di berikan oleh tim iDexpress terkait dengan barang yang akan saya kirim. Meskipun terkadang ketika minta di pickup oleh kurir ada kalanya terjadi keterlambatan pengambilan dari waktu yang saya inginkan tetapi pasti dari tim iDexpress ada yang melakukan konfirmasi ke saya sehingga tidak membuat saya menunggu.⁵²

⁵¹ Alifia Kusuma Putri, Wawancara, iDexpress Jawa Timur, 28 Mei 2022

⁵² Ardy, Wawancara, iDexpress Jawa Timur, 07 Juli 2022

e. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Yakni suatu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat. iDexpress Jawa Timur selalu berusaha memberikan pelayanan yang cepat dan tepat sebagaimana yang tertulis di *Core value* iDexpress Jawa Timur yakni dalam memberikan pelayanan harus cepat, tepat, cermat dan cekatan. Sebisa mungkin karyawan memberikan pelayanan yang tidak membuat customer menunggu terlalu lama. Terutama karyawan yang ada di kantor yakni admin selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang cepat sehingga customer tidak menunggu terlalu lama.

Customer yang datang ke kantor atau *drop off* adalah customer yang telah meluangkan waktunya, karena kebanyakan customer memilih tipe layanan pick atau menunggu kurir melakukan pengambilan kerumah. Oleh karena itu customer yang bersedia datang di kantor sebisa mungkin harus dilayani dengan sebaik-baiknya sehingga customer merasa nyaman datang di kantor.⁵³

Senada dengan yang di sampaikan oleh pak Rusmana ketika datang ke kantor untuk melakukan *drop off* ataupun ingin melakukan pengambilan paket di kantor, beliau mengatakan:

Pengalaman Pelayanan yang saya dapatkan sejak menggunakan jasa pengiriman di iDexpress Jawa Timur selalu memiliki kesan yang cukup baik, entah pelayanan di kantor atau terkait ketepatan dan ketepatan dalam pengiriman. Saya rasa kalo yang namanya ekspedisi pengiriman terlambat sekali duakali ya masih wajar, tpi masih relatif memuaskan. Terpenting ketika ada kendala yang mungkin bisa menghambat bisa segera di sampaikan agar sama-sama enak antara customer dan pihak ekspedisinya sendiri.⁵⁴

Dan yang didapatkan oleh peneliti ketika melakukan observasi di lapangan adalah karyawan yang berada atau di kantor terdiri dari koordinator, admin, dan processing untuk jumlahnya setiap kantor punya satu koordinator (kepala cabang), tetapi untuk posisi admin dan processing jumlahnya tidak bisa di samakan karena

⁵³ Alifia Kusuma Putri, Wawancara, iDexpress Jawa Timur, 28 Mei 2022

⁵⁴ Pak Rusmana, Wawancara, iDexpress Jawa Timur, 06 Juli 2022

ada yang satu orang di masing-masing posisi tetapi juga ada yang dua karena sudah disesuaikan dengan kebutuhan (jumlah paket). Tetapi yang di tekankan adalah untuk memberikan pelayanan yang sopan dan ramah tanpa membedakan siapa customer yang datang ke kantor (profesional) sehingga customer yang datang ke kantor akan merasa puas dan terlayani dengan baik.

Sekalipun customer yang datang ke kantor karena ingin complain admin harus tetap melayani dengan ramah dengan cara: pertama, mengucapkan salam. Kedua, menanyakan keperluan atau maksud dari tujuan customer tersebut datang ke kantor. Ketiga, mendengarkan semua keluhan customer dan menggali sebanyak-banyaknya informasi terkait dengan keluhan customer. Keempat, berikan solusi yang sekiranya bisa admin berikan sesuai dengan keluhan customer dan di harapkan solusi yang di berikan bisa lebih menenangkan customer. Kelima, jika memang masih belum di temukan solusi dari admin maka minta bantuan kepada *customer experience* untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Keenam, menyampaikan informasi yang sudah di dapatkan dari CX kepada customer. Ketujuh, jika dirasa jawaban dari *customer experience* diara sudah memuaskan, kembali tanyakan mungkin ada yang bisa di bantu lagi, dan ke delapan tetap mengucapkan salam dan terimakasih.⁵⁵

Untuk karyawan yang berada di luar kantor yakni tim kurir *delivery* dan kurir pickup mereka bertugas sesuai kebutuhan kantor masing-masing, tapi kebanyakan untuk tim kurir *delivery* mulai bertugas mulai pagi hari dan untuk tim pickup mereka mulai bertugas di siang atau sore hari sesuai dengan kebutuhan dan wilayah kantor masing-masing. Tentunya tugas mereka berbeda, tim *delivery* yang

⁵⁵ Materi training, Admin first mile, IDexpress Jawa Timur, 29-31

bertugas untuk mengantarkan paket ke alamat customer dan *pickup* yang bertugas untuk melakukan pengambilan kepada seller atau sender yang ingin kirim dengan menggunakan jasa iDexpress Jawa Timur.

Untuk prakteknya di lapangan tim *delivery* selalu melakukan konfirmasi terlebih dahulu kepada customer ketika ingin berangkat melakukan pengiriman ke alamat customer, untuk memastikan bahwa customer ada lokasi dan benar bahwa paket yang akan di lakukan *delivery* merupakan paket dari customer tersebut. Dan setelah di lokasi kemudian mereka. Dan untuk tim pick up mereka akan datang ke lokasi seller atau sender sesuai dengan jam yang sudah mereka request baik lewat kontak orang *Transit Hub* (TH) taupun lewat aplikasi iD customer, guna menghindari tim pick up datang dan sender tidak berada di lokasi.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB IV

ANALISIS *SERVICE EXCELLENCE* PADA LAYANAN *FIRST MILE* DAN *LAST MILE* iD EXPRESS JAWA TIMUR

A. Analisis Pelayanan *Service Excellence* Yang Diterapkan Oleh iD express Jawa Timur

Service Excellence adalah suatu pelayanan terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Dengan kata lain, Pelayanan prima merupakan suatu pelayanan yang memenuhi standar kualitas yang sudah ditentukan. Bisa diartikan bahwa *service excellence* sebuah upaya yang dilakukan oleh para pelaku bisnis dalam memberikan layanan yang terbaik terhadap pelanggan/ customer.⁵⁶ Dan jika dikaitkan dengan S.O.P. pelayanan yang dimiliki oleh iDexpress Jawa Timur, apakah sesuai dengan syari'at Islam atau tidak? Dan Setelah diamati, pelayanan di iDexpress Jawa Timur tidak ada unsur yang dapat merugikan konsumen, hal tersebut sesuai dengan ayat Allah SWT yang memerintahkan kita untuk berbuat baik kepada semua orang yaitu QS. Al-Qashash ayat 77⁵⁷

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ
فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

“Dan carilah pada apa yang Telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah Telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.”

⁵⁶ Danang Kurniawan, *Service Excellent Berdasarkan Prespektif Islam di Bank Syariah*, jurnal Tawazun, Volume 3, Nomor 1, Maret 2020 hlm 64

⁵⁷ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahannya* (Bandung: PT Mizan Bunaya Kreativa, 2011),

Tentunya sudah menjadi kewajiban perusahaan dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada customer, demi kenyamanan dan keamanan customer, karena apabila customer merasa nyaman dan puas, maka bukan hanya customer yang akan mendapatkan keuntungan tetapi juga perusahaan. Karena hal tersebut dapat membuat customer untuk setia menggunakan jasa perusahaan dan dapat menjadikan promosi perusahaan yang paling mudah dan gratis dengan customer melakukan cerita mulai dari keluarga sampai orang terdekatnya sehingga akan menarik customer baru bagi iDexpress Jawa Timur.⁵⁸

iDexpress Jawa Timur dalam memberikan pelayanannya kepada customer selalu menekankan untuk berbicara dengan lemah lembut, sopan santun, menghormati semua customer yang datang di iDexpress Jawa Timur baik di *Pickup Drop off branch* (PDB), *franchise branch* (FB) dan *transit hub* (TH).⁵⁹ Dalam penerapan *Service Excellence* iDexpress Jawa Timur, juga terdapat ciri-ciri yang terdapat di *Service Excellence* secara umum, seperti halnya:

1. Tersedianya karyawan yang baik

iDexpress Jawa Timur saat memberikan fasilitas *Service Excellence* kepada anggotanya dengan disediakannya karyawan yang baik untuk memberikan pelayanannya, karena kenyamanan, dan kepuasan customer sangat tergantung dari karyawan yang melayaninya, sebelum karyawan secara langsung melayani customer karyawan diwajibkan untuk mengikuti training terlebih dahulu oleh Tim Trainer, sehingga pembinaan yang diberikan dapat melekat pada diri karyawan dan diterapkan saat melakukan pelayanan.

⁵⁸ Fakhri Eka, Wawancara, iDexpress Jawa Timur, 28 Mei 2022

⁵⁹ Materi training, Admin first mile, iDexpress Jawa Timur, hlm 3

2. Tersedianya sarana yang baik

Pada dasarnya seluruh customer ingin dilayani secara prima.⁶⁰ Untuk melayani anggota salah satu hal yang paling penting diperhatikan yaitu kualitas dan kuantitas sumber daya manusia adalah sarana dan prasaranya yang dimiliki perusahaan, misalnya banyaknya customer yang selalu berdatangan setiap hari maka iDexpress Jawa Timur memberikan tempat duduk untuk customer yang datang ke kantor baik yang ingin melakukan *drop off* paket, ambil paket atau komplain sekalipun, sehingga customer dapat secara nyaman menunggu saat melakukan pengiriman, iDexpress Jawa Timur juga memberikan fasilitas tempat parkir agar customer merasa nyaman atas keamanan kendaraan yang di bawa, menyediakan ruang yang dingin, harum, bersih, dan rapi, dan di sertai Wifi.

3. Melakukan pelayanan yang cepat dan tepat

iDexpress Jawa Timur mampu melayani customer secara cepat dan tepat artinya dalam melayani customer, karyawan dalam hal ini admin ketika melakukan pelayanan sudah sesuai dengan prosedur iDexpress Jawa Timur. Untuk melakukan pelayanan secara optimal dengan cara tidak terburu – buru dalam melayani dan melakukan penginputan data ke system agar menjaga kebenaran data atau keakuratan informasi agar paket sampai di tujuan sesuai dengan estimasi yang sudah di tentukan.

4. Berusaha memahami dan memenuhi kebutuhan customer

iDexpress Jawa Timur dengan cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan customernya dengan cara mendengar penjelasan dari customer secara detail dan rinci, mendengarkan keluhan atau kebutuhan customer secara

⁶⁰ Rizal Badudu. 2017 "*pengaruh pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas anggota pembiayaan di BMT Al-Falah sumber cirebon*", Al- Anwal Vol, 9 No. 2. Hlm 12

baik tanpa memotong pembicaraan customer sampai semua selesai disampaikan, sehingga keluhan atau keinginan customer nantinya dapat diberikan respon atau tanggapan yang akan menenangkan customer sehingga customer merasa apa yang diinginkan terpenuhi dan tidak terjadi kesalahpahaman yang lebih lanjut.

5. Memastikan keakuratan pengiriman

Dalam melakukan pengiriman iDexpress Jawa Timur selalu mengutamakan untuk kepuasan dari customer, salah satunya adalah tentang keakuratan dalam melakukan pengiriman agar bisa paket sampai di destinasi dengan cepat dan tepat. Untuk mencapai itu dimulai sejak di *first mile* ketika admin melakukan penginputan identitas penerima di laukan pengisian secara terperinci mulai dari nama, nomor handphone hingga alamat. Kemudian di *last mile* ketika kurir ingin melakukan pengantaran kelokasi kurir selalu melakukan konfirmasi kepada customer agar nanti ketika sudah sampai di lokasi tertera paket bisa diterima langsung sesuai dengan nama yang ada di system. Hal itu dilakukan semata untuk menjaga keakuratan dalam proses pengiriman. Namun ada kalanya pengiriman akan berpotensi terlambat ketika paket yang masuk sedang *overload* atau pas ada event dari marketplace sehingga proses *median mile* atau sortir yang ada di gudang akan mengalami keterlambatan. Karena dari iDexpress Jawa Timur sendiri hanya melakukan operasional si *First Mile* dan *Last Mile* sehingga tidak bisa untuk mengontrol langsung proses *Median Mile* di gudang.

6. Menjaga kerahasiaan transaksi customer

Setiap customer pasti memiliki privasi masing-masing yang tidak sepatutnya untuk diketahui oleh orang lain. Hal tersebut yang ingin dijaga

oleh iDexpress Jawa Timur agar menjaga kepercayaan yang sudah di berikan oleh customer kepada perusahaan. Salah satu komitmen perusahaan untuk menjaga kerahasiaan informasi customer adalah dengan tidak menampilkan keseluruhan nomor handphone customer di resi yang ada di paket dan ketika ada customer yang ingin melakukan pengambilan di kantor maka orang tersebut harus menunjukkan AWB atau resi di sertai dengan identitas sesuai dengan yang tertera di paket untuk memastikan bahwa itu adalah benar paket milik customer tersebut.

7. Kebersihan dan kerapian ruang kerja

Kantor iDexpress Jawa Timur di tata sedemikian rupa agar menjadi nyaman saat di tempati sehingga membuat semua yang kerja di kantor tersebut bisa melakukan pekerjaanya dengan nyaman dan focus. Oleh karena itu kebersihan selalu di tempatkan di poin pertama untuk setiap posisi yang ada di iDexpress Jawa Timur. Kondisi asri yang berbentuk juga dapat menciptakan suasana rumah bagi para tamu dan customer yang datang ke kantor untuk berkunjung.

Kebersihan dan kerapian ruang kerja dapat menciptakan kenyamanan dalam memberikan layanan kepada customer. Penataan ruang kerja juga harus dilakukan karena berkaitan dengan kebutuhan internal dan tuntutan eksternal.

Adapun manfaat yang akan diperoleh yaitu:⁶¹

- a.** lingkungan kerja yang higienis, bersih, nyaman dan menyenangkan semua orang.
- b.** Meningkatkan semangat karyawan

⁶¹ Rizal Badudu. 2017 "*pengaruh pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas anggota pembiayaan di BMT Al-Falah sumber cirebon*", Al- Anwal Vol, 9 No. 2 hlm 16

- c. Menciptakan pribadi karyawan yang cekatan dan professional.
- d. Mendorong karyawan supaya disiplin tinggi karena dapat melaksanakan tugas secara tepat, cepat dan akurat.
- e. Memperjelas jalur kerja guna meningkatkan kualitas kerja dan meminimalkan kelambatan waktu penyerahan.

B. Analisis *Service Excellence* Pada Layanan *First Mile* dan *Last Mile* iDexpress Jawa Timur

Service Excellence merupakan upaya perusahaan untuk memberikan pelayanan terbaik seperti yang di harapkan oleh customer dan sesuai dengan syariat Islam guna memenuhi kebutuhan customer sehingga menjadikan customer menjadi puas atas pelayanan atau jasa yang diberikan dan nantinya akan menjadi customer yang loyal kepada perusahaan.

Keberhasilan dalam penerapan *Service Excellence* tidak terlepas dari konsep pendekatan yang digunakan. iDexpress Jawa Timur telah berupaya menjalankan SOP pada setiap pelayanan yang diberikan. SOP yang diterapkan oleh iDexpress Jawa Timur dalam beberapa hal telah sesuai dengan konsep dimensi Servqual, diantaranya adalah *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy* (biasa disingkat menjadi TERRA). iDexpress Jawa Timur selalu berupaya untuk sesuai dengan syariat diantaranya adalah dengan selalu menerapkan 5S (Senyum, Sapa, Salam, Sopan, Santun) setiap kali melayani customer.⁶² Menjaga kualitas produk dengan terus berusaha lebih baik dan menjaga kebenaran transaksi sehingga transaksi yang dilakukan tetap sesuai dengan kaidah syariah Islam dan terbebas dari riba. Selalu

⁶² Materi training, Admin firs mile, iDexpress Jawa Timur, hlm 3

bertutur kata yang lemah lembut dan santun dalam bersikap sebagaimana yang telah dicontohkan Rasulullah SAW.

Pada konsep *Reliability* iDexpress Jawa Timur selalu berupaya untuk memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang telah diberikan, yakni pelayanan yang sesuai dengan SOP iDexpress Jawa Timur. Diantaranya adalah selalu melayani dengan cepat tepat cermat dan cekatan, memberikan pelayanan dengan benar dan teliti, melayani dengan sopan dan ramah, selalu fleksibel dan penuh perhatian dalam pelayanan, memberikan pelayanan yang menyenangkan dan memuaskan customer, selalu berpakaian rapi dan bersih, menjaga keindahan dan keserasian kantor, melayani dengan tertib dan menjaga keamanan customer dan menggunakan teknologi yang canggih dalam memberikan pelayanan.

Terkait konsep *responsive* memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat. iDexpress Jawa Timur selalu berusaha memberikan pelayanan yang cepat dan tepat sebagaimana yang tertulis di *Core value* iDexpress Jawa Timur yakni dalam memberikan pelayanan harus cepat, tepat, cermat dan cekatan.⁶³ Sebisa mungkin karyawan memberikan pelayanan yang tidak membuat customer menunggu terlalu lama. Terutama karyawan yang ada di kantor yakni admin selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang cepat sehingga customer tidak menunggu terlalu lama.

Pada konsep *Assurance* iDexpress Jawa Timur selalu berupaya untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada customer dengan selalu menjaga komitmen dengan customer. Mengatakan hal yang benar kepada customer dan berusaha untuk merealisasikannya sehingga menghindari kerugian dan kekecewaan customer. Dalam hal ini terutama admin baik dari *Transit Hub* (TH), *Pickup drop off branch* (PDB) *franchise branch* (FB) diharuskan memiliki hubungan yang paling baik dengan

⁶³ Company profile, general iDexpress, iDexpress Jawa Timur hlm 8

customer karena Admin yang setiap hari berhubungan dan bertransaksi langsung dengan customer.

iDexpress Jawa Timur selalu berupaya untuk memberikan penawaran dan masukan sesuai kebutuhan customer. iDexpress Jawa Timur selalu memberikan jenis produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan customer dan menjelaskan secara terperinci plus minus dari masing-masing jenis produk dan layanan yang ada. sehingga customer benar-benar mengerti akan jenis produk dan layanan yang diinginkan. Hal ini sesuai dengan konsep *Emphaty* dalam dimensi *Servqual*.

Penerapan konsep *Tangibles* pada iDexpress Jawa Timur Selalu berupaya untuk menjaga kebersihan dan kerapian kantor. Menjaga keserasian kantor sehingga sedap untuk dipandang mata. Selalu menyediakan berbagai fasilitas mulai lahan parkir yang memadai, ruang tunggu ber AC dan harum, tim operational yang selalu ramah dan welcome dengan siapapun yang datang berkunjung ke iDexpress Jawa Timur.

iDexpress Jawa Timur memberikan pelayanan dengan jujur, ikhlas, memberi kemudahan ketika bertransaksi, profesional, dan menjalin hubungan yang baik dengan customer. Pelayanan yang dilakukan mengacu pada pelayanan yang dicontohkan Rasulullah dalam berdagang atau bertransaksi. Hal tersebut sesuai dengan Q.S Al - Ahzab ayat 21 yang berbunyi:⁶⁴

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

“Sesungguhnya telah ada dalam (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu), bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah.”

Pada penerapan *Service Excellence* iDexpress Jawa Timur selalu melakukan 5S (Senyum, Sapa, Salam, Sopan, Santun). Dalam memberikan pelayanan seluruh

⁶⁴ Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Quran dan Terjemahannya (Bandung: PT Mizan Bunaya Kreativa, 2011),

karyawan selalu berupaya untuk bertutur kata yang baik dan lemah lembut pada customer. Karyawan selalu bersikap sopan, sabar dan tidak mudah emosi dengan ucapan ataupun tindakan customer. Dalam menyelesaikan suatu keluhan dari customer atau untuk menentukan jenis produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan customer maka selalu dilakukan musyawarah dengan pihak yang bersangkutan atas segala bentuk tindakan yang akan dilakukan sehingga selalu transparan sehingga akan menimpilkan kepercayaan dari customer.

iDexpress Jawa Timur selalu memberikan pelayanan yang sesuai dengan dicontohkan oleh Rasulullah, diantaranya iDexpress Jawa Timur selalu berupaya untuk menyesuaikan pelayanan sesuai dengan karakter dan sifat masing-masing customer, memberikan tawaran-tawaran jenis produk dan layanan terbaik sesuai dengan kebutuhan customer, memberikan saran-saran kepada customer yang paling tepat dengan yang sedang dibutuhkan dan menyampaikannya dengan cara-cara yang baik pula. dengan harapan customer ketika mendengarkan bisa merasa puas dengan yang kita sampaikan dan mereka merasa diperlakukan dengan memuaskan.⁶⁵

Penerapan *Service Excellence* iDexpress Jawa Timur yakni selalu berupaya untuk menjaga hubungan yang baik dengan customer. Berusaha memberikan pelayanan tepat waktu dan tepat sasaran, menjaga penampilan agar selalu bersih dan prima sehingga customer nyaman dalam berkomunikasi, dan selalu sabar dan ikhlas dalam melakukan pelayanan. iDexpress Jawa Timur selalu berupaya untuk memberikan pelayanan dan segala bentuk kegiatan operasional sesuai dengan yang diperintahkan Allah SWT dan yang telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW sehingga terus menjaga

⁶⁵ Materi training, Admin first mile, iDexpress Jawa Timur hlm 7

kesyariahan dalam bekerja. Hal tersebut sesuai dengan Q.S Al-Mudatsir ayat 1-7 yang berbunyi⁶⁶

يَا أَيُّهَا الْمُدَّثِّرُ قُمْ فَأَنْذِرْ وَرَبَّكَ فَكَبِّرْ وَثِيَابَكَ فَطَهِّرْ وَالرُّجْزَ فَاهْجُرْ وَلَا تَمْنُنْ تَسْتَكْثِرُ وَلِرَبِّكَ فَاصْبِرْ

“Hai orang yang berkemul (berselimut) (1) bangunlah, lalu berilah peringatan! (2) dan Rabb-mu agungkanlah (3) dan pakaianmu bersihkanlah (4) dan perbuatan dosa (menyembah berhala) tinggalkanlah (5) dan jangan kamu memberi (dengan maksud) memperoleh (balasan) lebih banyak (6) dan untuk (memenuhi perintah) Rabb-mu bersabarlah (7).”



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

⁶⁶ Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Quran dan Terjemahannya (Bandung: PT Mizan Bunaya Kreativa, 2011),

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan pelayanan *Service Excellence* Yang Diterapkan iDexpress Jawa Timur telah sesuai dengan SOP yang di miliki perusahaan yakni Tersedianya karyawan yang baik, tersedianya sarana yang baik, berusaha memahami dan memenuhi kebutuhan customer, memastikan keakuratan pengiriman, menjaga kerahasiaan transaksi customer dan menjaga kebersihan dan kerapian ruang kerja Namun masih ada hal yang perlu untuk ditingkatkan yaitu dari sisi proses pengiriman ketika ada momen tertentu dari marketplace.
2. Analisis *Service Excellence* Pada Layanan *First mile* dan *Last mile* iDexpress Jawa Timur telah sesuai dengan konsep dimensi *servqual* atau yang biasa di sebut *TERRA*, Pada konsep yang pertama *Assurance* karyawan selalu memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan. Konsep kedua *Reliability* yakni selalu berupaya memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan. Konsep ketiga *Tangible* yakni memberikan pelayanan dengan aset fisik yang layak dan ketersediaan segala informasi yang dibutuhkan oleh customer. Konsep keempat *Emphaty* yakni selalu berupaya untuk memberikan masukan dan jalan keluar bagi kebutuhan customer. Dan Konsep kelima *Responsivenes* dengan selalu berupaya untuk memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada customer.

B. Saran

1. iDexpress Jawa Timur diharapkan dapat mempertahankan pelayanan yang sudah berjalan sesuai SOP dan meningkatkan yang di rasa masih kurang sehingga loyalitas customer akan selalu terjaga karena customer merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan.
2. iDexpress Jawa Timur diharapkan dapat memberikan apresiasi kepada karyawan yang sudah menjalankan operational sesuai dengan SOP agar kedepanya kualitas yang diberikan akan selalu terjaga.
3. iDexpress Jawa Timur untuk kedepanya dapat membuka jenis pengiriman baru atau paling tidak perlakuan khusus untuk proses pengiriman paket yang melibatkan alat keagamaan.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah bin Muhammad, *Tafsir ibnu Katsir jilid 5, Terj. M. 'Abdul Ghoffar* Jakarta, Pustaka Imam Asy-Syafi'i:2008.
- Adry Yudha Vijaya, Wawancara, iDexpress Jawa Timur, 28 Mei 2022
- Al Imam Al Hafidzh Ali bin Umar, *Ad-Daraquthni, Terj. Amir Hamzah Fachruddin*, Jakarta: Pustaka Azzam, 2007.
- Alifia Kusuma Putri, Wawancara, iDexpress Jawa Timur, 28 Mei 2022
- Ardy, Wawancara, iDexpress Jawa Timur, 07 Juli 2022
- Baki, B., Bafi rinci, C. S., Cilingir, Z., dan Murat AR, I., 2009. An application of integrating SERVQUAL and Kano's model into QFD for logistics services: A case study from Turkey, Vol. 21, pp. 106-126
- BeritaTrans, "Performa Logistik Indonesia Masih Kalah Dengan Tetangga Sebelah Termasuk Vietnam", (online), (<http://beritatrans.com/2019/08/08/performa-logistik-indonesiamasih-kalah-dengan-tetangga-sebelah-termasuk-vietnam/>), diakses 30 September 2020)
- Burhan Bungin, *Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2013.
- Chalid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara, 1997.

- Chen, M. C., Chang, K. C., Hsu, C. L., dan Xiao, J. H., 2015. Applying a Kansei Engineering-based Logistics Service Design Approach to Developing International Company profile iDexpress IDexpress Jawa Timur mitra surabaya 2022
- Danang Kurniawan, *Service Excellent Berdasarkan Prespektif Islam di Bank Syariah*, jurnal Tawazun, Volume 3, Nomor 1, Maret 2020.
- Danang Kurniawan, *Service Excellent Berdasarkan Prespektif Islam di Bank Syariah*, jurnal Tawazun, Volume 3, Nomor 1, Maret 2020.
- Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahannya* Bandung: PT Mizan Bunaya Kreativa, 2011.
- Didin Fatihuddin, *Metodologi Penelitian Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, Surabaya: Zifatama Publisher, 2015.
- Fakhri Eka, Wawancara, iDexpress Jawa Timur, 28 Mei 2022
- Handini Khaerunnisa, *Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Customer*, *Jurnal Studia Akuntansi Dan Bisnis*, Vol. 1, No. 1 2013.
- Hartono, M. dan Tan, K.C., 2011. "A Proposed Integrative Framework of Kansei Engineering and Kano Model Applied to Services". In: The 2nd International Research Symposium in Service Management 2011, Yogyakarta, Juli 26-30
- Hartono, M., Kerangka konseptual aplikasi Kansei engineering dan TRIZ pada industri layanan. In: Seminar Nasional Ergonomi dan Kongres Kasional PEI 2012, Bandung, November 13-14 2012.
- Ibu intan, Wawancara, Customer iDexpress Jawa Timur, 8 juli 2022

Ibu johan, Wawancara, iDexpress Jawa Timur, 11 Juli 2022

Ismail Nawawi, *Metoda Penelitian Kualitatif* Jakarta: CV. Dwiputra Pustaka Jaya, 2012.

Kementrian Agama RI, *Al-Quran dan Tafsirnya jilid 10* Jakarta: widya cahaya, 2011.

Kontan, “Indonesia Naik 17 Tingkat Dalam Indeks Logistik Dunia 2018”, (online), ([https:// industri.kontan.co.id/news/indonesia-naik-17-tingkat-dalam-indeks-logistik-dunia-2018](https://industri.kontan.co.id/news/indonesia-naik-17-tingkat-dalam-indeks-logistik-dunia-2018), diakses 30 September 2020)

Laras ayu wulandari, *Strategi Pelayanan Prima Oleh Customer Service Guna Mencapai Kepuasan Customer Di Bank Bni Syari’ah Purwokerto*, 2017 hlm 3.

Lexy J. Moleong, “*Metode Penelitian Kualitatif*”, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016.

Lokman, A.M., 2010. Design & emotion: The kansei engineering methodology. *Malaysian Journal of Computing*, 1(1), hlm.1-11.

M Zainul Wathani, Afiati Kurnianingsih, “*Konsep Service Excellence Perbankan Syariah Menurut Al-Qur’an*”, *Jurnal Nisbah*, Vol. 1, No. 1 (2015), 08-09.

Materi training, Admin firs mile, iDexpress Jawa Timur

Materi training, general id express 2021, IDexpress Jawa Timur hlm 2

Moh Nazir, *Metode Penelitian* Bogor: galia Indonesia, 2005.

Muhammad Nashiruddin Al Albani, *Shahih Sunan Al-Tirmidzi*, Terj. Fachrurazi, Jakarta: Pustaka Azzam, 2006.

Muhammad Nashiruddin Al Albani, *Shahih Sunan Al-Tirmidzi*, Terj. Fachruazi, Jakarta: Pustaka Azzam, 2006.

Pak Rusmana, Wawancara, iDexpress Jawa Timur, 06 Juli 2022

- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L., 1998. Alternative scales for measuring service quality: a comparative assessment based on psychometric and diagnostic criteria. In *Handbuch Dienstleistungsmanagement* hlm. 449-482
- Philip Kotler, *Marketing Management Sixth Edition*, Jakarta: Erlangga, 1996.
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketigabelas Jakarta: Airlangga, 2010.
- Rafele, C., 2004. Logistic service measurement: a reference framework. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 15(3).
- Rizal Badudu. "*pengaruh pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas anggota pembiayaan di BMT Al-Falah sumber cirebon*", *Al- Anwal* Vol, 9 No. 2. 2017.
- Schütte, S. Engineering Emotional Values in Product Design – Kansei Engineering in Development. Division of Quality and Technology Management, Dept of Mechanical Engineering, Linköping, Linköpings Universitet, 2005
- Selain Pelayanan, IDexpress Kenalkan Gerai Super Flagship yang Berikan Fasilitas Terbaik". *Liputan6.com*. 31 Desember 2020. Diakses tanggal 23 Mei 2022
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sukaton, Wawancara, Customer iDexpress Jawa Timur, 8 juli 2022
- Tantri Lestari (11 Januari 2021). "Usia Boleh Muda, IDexpress Mampu Serap 20.000 Tenaga Kerja Profesional di Masa Pandemi". *tagar.id*. Diakses tanggal 23 Mei 2022
- Van derVorst, *Supply chain Management: Theory and Practices*. Wageningen: Wageningen University and Research. 2004; B. Edgert, T. Kozluk, dan D.

Sutherland, “Infrastructure and Growth: Empirical evidence”, William Davidson Institute Working paper, no. 957, 2009; JP. Rodrigue, The Benefits Of Logistic Investment: Opportunities for Latin America and the Carribean, Washington D.C: Inter-American Development Bank, 2012; S. Sezer & T. Abasiz. “The impact of Logistic Industry on Economic Growth: An Application in OECD Countries”, Eurasian Journal of Social Sciences, Vol. 5 (1), 2017.

