

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Perusahaan

Sejak berdirinya pada tahun 1993, Pahala memainkan peran penting di Indonesia dalam industri pengiriman ekspres. Sebagai anggota pengiriman perusahaan Asosiasi Perusahaan Jasa Ekspres Indonesia (asperindo) menyediakan kargo dan logistik ke seluruh Indonesia dan Luar Negeri.

Pahala adalah anggota Pahala Group yang juga termasuk Pahala Kencana transportasi dan Pahala wisata. Pahala memulai di Kudus Jawa Tengah pada tahun 1976 di mana jasa transportasi darat kami mulai berkembang pesat sehingga pada tahun 1993 dipercayakan Pahala Kencana untuk didirikan.

Dengan adanya beberapa cabang dan agen penjualan di Sumatra, Jawa, Madura, dan Bali pada tahun 2003 perusahaan dengan cepat tumbuh untuk menutupi lebih dari 400 tujuan di Indonesia bersama dengan 200 negara di seluruh dunia, didukung oleh ratusan armada transportasi. Saat ini, Pahala mengungkapkan dengan kisaran luas jaringan di Indonesia dipercaya untuk memberikan ribuan konsinyasi setiap minggu, ini bisa dimungkinkan hanya karena kepercayaan pelanggan, iman, kehandalan, kecepatan, efisiensi dan pengiriman tepat waktu.

Pada tahun 2006 Pahala memiliki dorongan untuk berubah menjadi lebih profesional dengan PT. Pahala Express mengungkapkan sebagai nama merek baru PT. Pahala Express, perusahaan telah mengembangkan model

positioning yang positif dalam waktu pengiriman ekspres. PT. Pahala yakin bahwa meningkatkan kepuasan pelanggan dan layanan terpadu yang dapat dipercaya adalah kunci untuk mencapai posisinya sebagai perusahaan pengiriman ekspres terkemuka di Indonesia.

Di dalam perkembangan situasi pergerakan bisnis yang dinamis memacu Pahala Kencana untuk membuka beberapa bidang usaha baru, antara lain : Pada tahun 1993 PT. Pahala Kencana mendirikan Jasa Titipan Pahala Kencana yang kini berubah nama menjadi Pahala Express dan di tahun yang sama Biro Perjalanan Wisata PT. BPW Pahala Kencana pun berdiri yang kemudian lebih dikenal dengan nama PT. Pahala Tour & Travel. Sedangkan untuk bus kota usahanya dimulai pada tahun 1997 dengan mengoperasikan sejumlah armada bus kota yang melayani beberapa rute padat di wilayah Jakarta. Pengembangan usaha ke Bus Antar Kota Dalam Propinsi dimulai pada tahun 1998 yang memulai rute jarak dekat antar kota dalam propinsi. Pada tahun 2000 PT. Pahala Kencana merambah bidang usaha transportasi Angkutan Pariwisata yang meliputi penyediaan bus pariwisata dan kendaraan sewa.

Kebijakan Gubernur Jakarta pada tahun 2004 tentang penataan ulang sistem transportasi dalam kota Jakarta berdampak pada keikutsertaan Pahala Kencana dalam program Busway. Pada tahun 2005 dampak tarif murah pada bisnis penerbangan Indonesia menjadikan tantangan baru. PT. Pahala Kencana mendirikan PT. Nata Tours yang berkonsentrasi pada penjualan tiket penerbangan dengan tarif murah dan pengembangan usaha dengan sistem franchise. Pahala Kencana titipan sekarang dikenal dengan Pahala Express mengungkapkan telah berkembang pesat sepanjang waktu keinginan PT. Pahala untuk membuat Pahala Express sebagai customer pertama segera akan terwujud

tidak mudah bagi PT. Pahala untuk mencapai semua itu adalah penting untuk mengatakan bahwa apa yang telah PT. Pahala capai sampai hari ini dapat dicapai karena dukungan dari grup, dari orang-orang yang mendukung untuk mengembangkan diri dengan etika yang baik dan profesionalisme, tetapi bahkan lebih, mereka juga terus berjuang untuk memberikan ide-ide baru dan inovasi dari strategi dalam menjalankan bisnis ini. Menyempurnakan bisnis kontinu dan menjadi prioritas orang yang terlibat dalam perusahaan. PT. Pahala terus berusaha untuk membawa Pahala mengungkap untuk menjadi yang terbaik, pelayanan yang terbaik dipercayakan di Negara-negara untuk semua customer PT. Pahala yang sudah sangat loyal kepada PT. Pahala, PT. Pahala bangga untuk memainkan peran besar di negara ini.

B. Visi dan Misi

➤ Visi PT. Pahala adalah sebagai berikut :

Untuk menjadi perusahaan terbaik dan terpenting yang memimpin dalam sektor jasa dan kurir, kargo dan logistik di Indonesia.

➤ Misi PT Pahala adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengembangkan kualitas tertinggi dari produk, layanan dan sumber daya manusia yang dapat dipercaya dan mampu bersaing.
2. Untuk memperluas jaringan pelayanan terpadu nasional.
3. Untuk mencapai kepuasan maksimal terhadap pelanggan, karyawan, mitra, investor serta pemilik.
4. Untuk menjadi perusahaan yang didorong oleh profesionalisme pantang menyerah dan gaya dinamis manajemen yang menetapkan contoh bagi orang lain.

Nilai-nilai dan filsafat

Pahala mengungkapkan benar-benar percaya bahwa hidup dengan nilai-nilai yang kuat yang bertindak sebagai pilar inti dalam setiap langkah dan keputusan adalah kunci untuk bisnis yang baik sehingga kita hirup nilai-nilai inti delapan tersebut

1. Jujur dan setia.
2. Kepemimpinan dan profesionalisme.
3. Konsisten dalam komitmen.
4. Kerjasama dan sinergi.
5. Dinamis dan inovatif.
6. Berorientasi pasar dan pelanggan.

7. Prestasi.
8. Tanggung jawab sosial.

C. Budaya Perusahaan

Keunikan khas dan sistem kualitas perusahaan harus dipelihara oleh adanya budaya perusahaan adalah budaya enam yang obligasinya dan membuat kita bersama-sama :

1. Senyum.
2. Salam.
3. Sapa.
4. Cara.
5. Keramah tamahan.
6. Amal.

Pelayanan yang ada di perusahaan PT. Pahala Kencana (Pahala Express Delivery) adalah :

1. Internasional

Layanan internasional adalah salah satu layanan terbaik PT. Pahala Express yang memberikan paket dan dokumen melalui armada udara dan laut ke ratusan negara di seluruh dunia. Karena sistem komputerisasi lebih mudah untuk mempertahankan kemajuan pengiriman, karena secara khusus ditulis dan terdaftar. Pintu PT. Pahala Express untuk layanan Internasional juga menambahkan keamanan tambahan untuk kenyamanan dan semua manfaat yang tersedia dengan harga negoisasi.

2. **Super Express**

Super express adalah layanan PT. Pahala Express yang tercepat dirancang untuk customer yang menginginkan sebuah layanan pintu ke pintu dengan layanan pengiriman tiba pada hari yang sama, menggunakan armada udara untuk kota-kota tertentu di Indonesia. Uang kembali dijamin berlaku jika penundaan dalam menerima titipan dengan maksimal penjemputan sebelum pukul 11:00 waktu setempat setiap hari kecuali acara *force majeure* terjadi.

3. **Prima Express**

Prima Express adalah layanan yang memberikan dokumen paket dengan pengiriman tiba berikutnya melalui armada udara ke kota-kota tertentu di Indonesia. Uang kembali dijamin berlaku jika penundaan *accured* dalam menerima titipan dengan maksimal menjemput sebelum pukul 13:00 waktu setempat setiap hari kecuali acara *force majeure* terjadi.

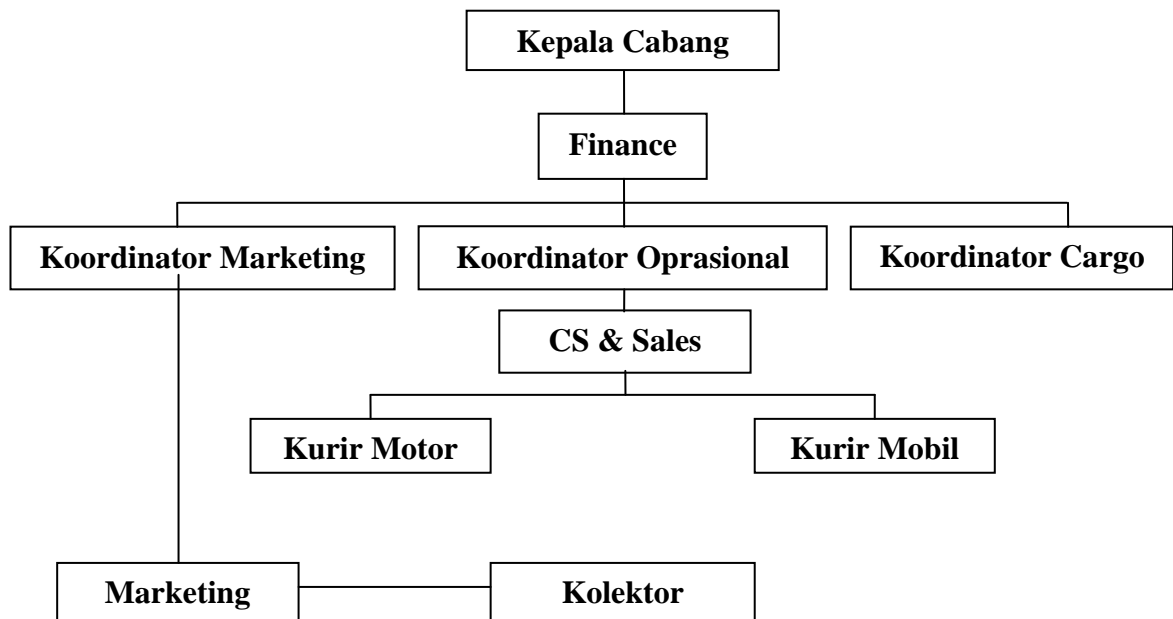
4. **Ekonomi Express**

Ekonomi Express adalah layanan yang memberikan paket dan dokumen pengiriman area Jawa, Sumatra dan Bali dengan harga yang sangat terjangkau. Sebagai layanan ini jumlah berat dalam setiap paket barang dihitung lima kilogram pertama, ini layanan paling murah dan pasti dapat diandalkan untuk customer yang ingin mengirim kuantitas tinggi yang baik.

D. Struktur Organisasi

Struktur organisasi dalam suatu perusahaan berfungsi untuk membantu setiap orang yang terlibat didalamnya agar mengetahui tugas, wewenang dan tanggung jawabnya. Struktur organisasi PT. Pahala Express Delivery cabang Yogyakarta adalah struktur organisasi garis dan staff, di mana dalam system ini di tempatkan staf ahli yang bertugas memberikan nasehat kepada pemimpin dengan tujuan agar kegiatan perusahaan dapat dilaksanakan dengan tertib dan kontinyu.

PT. Pahala Express Delivery memiliki struktur organisasi yang tersusun dengan baik dan masing-masing posisi memiliki deskripsi jabatan sebagai berikut :



Sumber : PT. Pahala Express cabang Yogyakarta

Dari bagan struktur organisasi PT. Pahala Express Delivery diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kepala Cabang

a. Tugas dan tanggung jawabnya adalah :

1. Menetapkan kebijakan umum perusahaan.
2. Merumuskan rencana-rencana serta cara kerjadi perusahaan.
3. Aktif di luar organisasi perusahaan dan mengadakan hubungan baik terhadap instansi setempat maupun masyarakat di luar organisasi perusahaan.
4. Bertanggung jawab atas semua kegiatan perusahaan.

b. Wewenangnya adalah :

1. Mengadakan pengawasan terhadap pelaksanaan kegiatan-kegiatan perusahaan.

2. Melaporkan semua kegiatan serta fungsi sebagai penghubung kegiatan dengan kantor pusat yang ada di Jakarta.

2. Supervisor Koordinator *Marketing*

a. Tugas dan tanggung jawabnya adalah :

1. Membantu dalam bidang pemasaran produk.
2. Melakukan sosialisasi tentang kebijakan perusahaan dalam memasarkan produknya.

b. Wewenangnya adalah :

1. Menetapkan dan memberikan pelayanan jasa pengiriman yang baik dan tepat waktu yang sesuai dengan prosedur perusahaan.

3. Koordinator Cargo

a. Tugas dan tanggung jawabnya adalah :

1. Mengendalikan pengiriman barang melalui Cargo
2. Menyeleksi setiap barang yang dikirim.
3. Memotivasi dan membina karyawan.

b. Wewenangnyanya adalah :

1. Memberikan wewenang operasional Cargo

4. Koordinator Operasional

a. Tugas dan tanggung jawabnya adalah :

1. Memeriksa barang yang akan dikirim dan diterima.
2. Mencatat semua barang yang akan dikirim dan diterima.
3. Mencatat kwitansi atau resi pengiriman.

b. Wewenangnyanya adalah :

1. Membantu kurir mengirim dan mengambil paket atau barang.
2. Membuat analisis jika pengiriman tersebut di luar area pengiriman barang.

5. Finance

a. Tugas dan wewenangnyanya adalah :

1. Merekap beberapa data yang berkaitan dengan keuangan.
2. Mencatat beberapa pemasukan dan pengeluaran barang serta uang yang ada dalam perusahaan.

b. Wewenangnyanya adalah :

1. Mengatur dan menyeleksi seberapa pentingnya pengeluaran perusahaan.
2. Mengatur dan merekap sedetail mungkin data yang ada di perusahaan tersebut.

6. Kolektor

a. Tugas dan tanggung jawabnya :

1. Menagih keuangan di beberapa perusahaan lain yang memakai jasa paket dengan pembayaran kredit.

7. Customer servis dan sales counter

a. Tugas dan tanggung jawabnya :

1. Memberikan pelayanan pada pelanggan dengan sebaik mungkin.
2. Memberikan penjelasan bahwa paket yang akan dikirim ke tujuan dengan bekal asuransi yang sesuai prosedur.
3. Memberikan penjelasan bahwa barang atau paket yang akan dikirim tidak merupakan barang berbahaya dan mudah terbakar atau merugikan kedua belah pihak.

b. Wewenangnya adalah :

1. Memberikan servis yang memuaskan bagi pelanggan yang akan memaketkan barangnya.
2. Menerima claim sesuai prosedur perusahaan dengan bukti-bukti yang nyata dengan kondisi barang paketannya.
3. Ketepatan waktu dan keamana barang yang di paketkan melalui jasa pengiriman PT. Pahala Express.

E. Fasilitas Perusahaan

1. Garansi

PT Pahala Express memberikan garansi atas kiriman dalam 2 (dua) hal, yaitu :

a. Garansi Uang Kembali.

Garansi ini diberikan apabila pelanggan menggunakan 2 (dua) produk layanan PT Pahala Express, yaitu : SUPER EXPRESS dan PRIMA EXPRESS.

PT Pahala Express akan mengembalikan biaya kirim (free charge) atas kiriman konsumen apabila waktu penyampaiannya tidak sesuai dengan yang kami dijanjikan (sesuai di Daftar Harga).

b. Garansi atas keamanan barang kiriman/ titipan.

PT Pahala Express memberikan garansi keamanan terhadap barang kiriman konsumen, sejak kiriman konsumen kami terima sampai kiriman tiba di tujuan.

2. Perlindungan Asuransi

Hanya dengan membayar premi 0, 25% dari Nilai Barang, kiriman Anda dilindungi oleh jasa Asuransi terhadap resiko-resiko :

a. Kehilangan seluruh atau sebagian isi kiriman.

b. Kerusakan seluruh atau sebagian isi kiriman.

*) Syarat dan ketentuan sesuai polis kontrak jasa titipan.

Apabila kiriman tidak diasuransikan, maka penggantian atas resiko kehilangan dan kerusakan adalah hanya Maksimal 10 (sepuluh) kali dari biaya kirim saja dengan maksimal Rp. 750.000, - (untuk Domestic) dan Rp. 1.000.000, - (untuk International)

3. Free Pick Up

Layanan ini adalah layanan yang PT Pahala Express berikan untuk pengambilan barang ataupun dokumen di dalam lingkup area PT Pahala Express. Jadwal pengambilan barang (*pick up*) dapat disesuaikan dengan kebutuhan seperti setiap hari (*daily pick up*), satu minggu sekali (*weekly pick up*) atau disesuaikan dengan permintaan pelanggan. Layanan ini dibebaskan dari biaya tambahan. Pelanggan cukup menelpon customer service PT Pahala Express, petugas PT Pahala Express akan mengambil dan mengurus kiriman konsumen untuk diantarkan ke alamat tujuan.

4. *Special Price*

Pahala Express Delivery memberikan *Special price* untuk para pelanggan yang telah memiliki kontrak kerjasama dan memiliki *account number (member Customer)*, berhak mendapatkan diskon yang beragam sesuai dengan volume dan frekuensi pengiriman.

5. Klaim

a. Setiap klaim dari konsumen sehubungan dengan kewajiban dan tanggung jawab perusahaan pengiriman barang harus di sampaikan secara tertulis dan telah di terima oleh kantor Perusahaan pengiriman barang paling lambat 14 hari setelah tanggal dokumen atau barang tersebut seharusnya telah di terima di tempat tujuan.

b. Jumlah klaim tidak dapat di perhitungkan dengan jumlah tagihan dari Perusahaan pengiriman barang.

Berikut ini adalah beberapa komplain konsumen untuk mengklaim ganti rugi kepada perusahaan :

1. Barang Tidak Sampai Tepat Waktu

Apabila terjadi keterlambatan pengiriman, maka PT Pahala Express melihat penyebab keterlambatan tersebut. Apabila terjadi keterlambatan akibat kesalahan pihak perusahaan, maka pengirim berhak mengajukan klaim tertulis setelah 14 hari dari tanggal seharusnya barang tersebut diterima. Apabila keterlambatan terjadi akibat kesalahan pengirim, maka klaim tidak dapat diajukan.

2. Barang sampai dalam kondisi rusak

Apabila terjadi hal yang demikian maka PT Pahala Express melihat tingkat kerusakan dan mengidentifikasi kesalahan/kerusakan. Biasanya perusahaan setelah menerima kemudian mengecek kerusakan barang pada saat di terima, kemudian mencatat kerusakan dan mencantumkan catatan tersebut dalam barang kiriman. Apabila terjadi kerusakan tambahan setelah barang di terima maka perusahaan bisa memberi ganti rugi jika barang masih dalam pengawasan perusahaan dan penerima belum menandatangani surat terima.

3. Barang hilang

Kemungkinan barang hilang sangat kecil, karena pengirim, penerima, barang kiriman, perusahaan memiliki resi masing - masing. Apabila terjadi biasanya akibat kesalahan pengirim karena pihak perusahaan terus mengawasi semua proses pengiriman. Dan apabila akhirnya pun ada barang yang hilang, maka pihak perusahaan akan mengganti rugi sesuai kesepakatan yang telah disepakati oleh kedua belah pihak pada awalnya dan sesuai aturan yang tertera.

F. Pembahasan

Tingkat efektivitas dapat diukur dengan membandingkan antara rencana atau target yang telah ditentukan dengan hasil yang dicapai, maka usaha atau hasil pekerjaan tersebut itulah yang dikatakan efektif, namun jika usaha atau hasil pekerjaan yang dilakukan tidak tercapai sesuai dengan apa yang direncanakan, maka hal itu dikatakan tidak efektif.

Keefektifan dilihat dari kuantitas barang yang akan dikirim menunjukkan bahwa pada jenis layanan Ekonomi Express terdapat jumlah yang lebih besar dibandingkan dengan jenis layanan yang lain. Hal tersebut dikarenakan pada ekonomi ekpress harga yang ditawarkan lebih murah dan sangat terjangkau. Pada jenis layanan yang lain kuantitasnya hampir sama pada setiap jenisnya.

Dari segi waktu pengiriman sangat menentukan keputusan konsumen untuk mengirimkan barang di sini, jenis layanan yang sesuai dengan ketentuan waktu yang dibutuhkan oleh konsumen dalam pengiriman barang sesuai dengan tarif yang diperlukan.

Untuk dapat memperkecil kesalahan-kesalahan penggunaan sistem distribusi yang dipilih, maka sebelum pemasaran di kembangkan terlebih dahulu masalah-masalah yang berkenaan dengan saluran distribusi diinventarisasi. Faktor-faktor utama yang perlu mendapat perhatian dalam hal ini antara lain: beban biaya dari berbagai jenis saluran, distribusi, jarak antara perusahaan dengan para konsumen, luas pasar yang ingin dilayani oleh perusahaan, serta sejauh mana perusahaan ingin menguasai distribusi fisik barang tersebut.

Pada tabel 4.1 menunjukkan kantor cabang PT Pahala Express yang ada di Indonesia. Terdapat 3 kantor cabang yang berda di luar jawa yaitu kantor cabang Jayapura, Makasar dan Bandar Lampung. Sedangkan yang berada di Jawa hampir sebagian besar kota-kota besar terdapat kantor cabang Pahala Ekpress. Hal tersebut menunjukkan bahwa distribusi barang di PT Pahala Ekpress sudah tersebar luas di seluruh Indonesia.

Tabel 4.1
Daftar Kantor Cabang PT. Pahala Express di Indonesia

Kantor Cabang	Alamat
Cabang Jayapura	Jl. Perkutut Cigombong Abepura Papua
Cabang Pekalongan	Jl. Dr. Sutomo No 196 Baros
Cabang Jatiasih	Jl. Raya jatiasih No 259 bekasi
Cabang Makasar	Jl. Sultan Alauddin No 229 Makasar
Cabang Bandar lampung	Jl. Pangeran Antasari Ruko no 86
Cabang Purwokerto	Jl. MT. Haryono no 129
Cabang Cirebon	Jl. Ir. Juanda no 41 Kedaung
Cabang Denpasar	Jl. Gatot Subroto No 388
Cabang Malang	Ruko Pattimura Indah No. 21
Cabang Surabaya	Jl. Arjuna No 75
Cabang Yogyakarta	Jl. Kapten Piere Tendean No 25 A
Cabang Solo	Jl. Ahmad Yani No 287

Cabang Kudus	Jl. Agil Kusumadya Km 4
Cabang Semarang	Jl. Siliwangi No 476 F
Cabang Tegal	Jl. Martoloyo No 129
Cabang Palembang	Jl. Kol. H. Burlian Km 6,5 No 1593
Cabang Bandung	Jl. Soekarno Hatta No 170 D
Cabang Cikampek	Jl. Raya Cikopo no 41
Cabang Bogor	Jl. mayor Oking Jaya Atmaja No 65 Ciriung
Cabang Cikarang	Jl. Raya Cikarang Cibarusan No 30
Cabang Tangerang	Jl. Imam Bonjol No 77 Karawaci
Cabang Jakarta-Ragunan	Jl. RM Harsono No 15 A Ragunan
Cabang Jakarta-Daan Mogot	Jl. Daan Mogot Raya No 45 Grogol
Cabang Jakarta-Gading Indah	Jl. Bukit Gading Indah Blok C No 1
Cabang Jakarta-Matraman	Jl. Matraman Raya No 66 Jaktim

Sumber : PT. Pahala Express

Jumlah distribusi barang melalui udara menunjukkan bahwa terdapat penurunan yang signifikan pada bulan September 2012 yaitu hanya sebesar 5,71 persen dan 20 persen dibandingkan pada minggu pertama yaitu 14,28 persen. Pada minggu ketiga jumlah distribusi terjadi peningkatan yaitu sebesar 48,57 persen.

Data selengkapnya pada tabel 4.2 berikut :

Tabel 4.2
Jumlah Distribusi Barang Melalui Udara Per Minggu Bulan September Tahun 2012
di Pahala Express Cabang Yogyakarta

NO	MINGGU	JUMLAH	PERSENTASE	Naik/ Turun
1	Pertama	5	14,28	-
2	Kedua	3	8,57	5,71
3	Ketiga	17	48,57	40
4	Keempat	10	28,57	(20)
JUMLAH		35	100	

Sumber : PT. Pahala Express

Peningkatan tertinggi distribusi pada minggu ketiga kemungkinan disebabkan konsumen menginginkan pengiriman yang cepat sehingga pemilihan distribusi melalui udara lebih dipilih. Waktu pengiriman yang cepat sampai ke tujuan dan kualitas barang lebih terjamin merupakan daya tarik konsumen memilih layanan melalui udara.

Tabel 4.3
Jumlah Distribusi Barang Melalui Darat & Laut Per Minggu Bulan September
Tahun 2012 di Pahala Express Cabang Yogyakarta

NO	MINGGU	JUMLAH	PERSENTASE	Naik/ Turun
1	Pertama	21	15,78	-
2	Kedua	45	33,83	18.05
3	Ketiga	38	28,57	(5,26)
4	Keempat	29	21,80	(6,77)
JUMLAH		133	100	

Sumber : PT. Pahala Express

Pada tabel 4.3 ditunjukkan distribusi barang melalui darat dan laut, pada minggu pertama jumlah pengiriman relatif lebih kecil dibandingkan pada minggu kedua, ketiga dan keempat yaitu sebesar 15,78 persen. Distribusi terbesar terdapat pada minggu kedua yaitu sebesar 33,83 persen, pada minggu ketiga dan keempat persentasenya tidak berbeda jauh.

Distribusi melalui darat dan laut jumlahnya lebih besar dibandingkan dengan distribusi melalui udara. Hal tersebut dikarenakan harga distribusi barang melalui darat dan laut lebih murah dibandingkan dengan harga distribusi melalui udara yang selisihnya cukup besar. Konsumen memilih distribusi ini karena harganya yang relatif murah.

Perbedaan antara distribusi melalui udara, darat dan laut adalah distribusi lewat udara dapat menjangkau daerah di luar Jawa bahkan sampai ke Luar Negeri akan tetapi harganya lebih mahal. Distribusi darat dan laut harganya murah akan tetapi jangkauan hanya di Jawa dan ssbagian Luar Jawa.

Sejauh mana tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan selama ini, perusahaan memerlukan analisis kualitas pelayanan untuk mengetahui atribut pelayanan mana yang harus diperbaiki untuk meningkatkan kualitas layanannya dan memprioritaskan kebutuhan pelanggan untuk mengembangkan perusahaan sehingga tercapai efektivitas maksimum untuk menuju proses perbaikan. Adanya pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen diharapkan dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen. Sehingga pada akhirnya perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis.