

ABSTRAK

Seiring dengan pesatnya perkembangan industri yang terjadi, menyebabkan industri jasa angkutan juga turut serta berkembang. Dengan perkembangan ini mengakibatkan munculnya banyak badan usaha jasa pengangkutan, sehingga hal tersebut memicu terjadinya persaingan yang ketat diantara badan usaha jasa pengangkutan yang ada untuk memperebutkan order dari *customer*. Guna memperebutkan order dari *customer* maka setiap badan usaha haruslah memiliki keunggulan masing-masing guna dapat memikat hati para *customer*-nya dan bentuk keunggulan itu bisa bermacam-macam. Bisa dari *cost*, *quality*, dan juga bisa dari *time* atau *inovation*. Semua itu tergantung dari kebijakan internal masing-masing badan usaha dalam menganalisis keinginan *customer*. Dimana dalam bisnis jasa harapan pelanggan selalu memegang peranan dalam menentukan suatu kebijakan badan usaha. Berdasarkan data yang telah didapat dan dianalisis dari PT "X" disini dapat dilihat bahwa kualitas layanan mereka yang dalam hal ini menyangkut *quality and time* sudah berusaha diterapkan dengan baik, apalagi hal ini juga didukung dengan strategi pengiriman yang terfokus pada satu tempat saja yaitu Surabaya-Bali. Dengan adanya kebijakan ini dapat lebih mengikat *customer* dan meminimalkan adanya truk kembali dengan muatan kosong. Tetapi dari data yang didapat juga masih memperlihatkan adanya kendala dalam penerapannya, yaitu masih adanya order yang tidak terpenuhi beserta segala alasannya, masih adanya berbagai macam klaim entah itu klaim kehilangan, kerusakan atau keterlambatan. Padahal strategi yang diterapkan sudah terfokus dan memiliki motto cepat dan tepat. Ini berarti membuktikan masih perlunya peningkatan kinerja di PT "X" itu sendiri di masa yang akan datang.