

**KUALITAS PELAYANAN
PT. POS INDONESIA KOTA SEMARANG**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai derajat Sarjana S1 Manajemen Program Studi Manajemen**



Disusun Oleh:

Wahyu Widodo

30401900333

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEMARANG**

HALAMAN PENGESAHAN

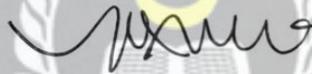
SKRIPSI

KINERJA PELAYANAN PT. POS INDONESIA DI KOTA SEMARANG

Disusun Oleh:
Wahyu Widodo
NIM: 30401900333

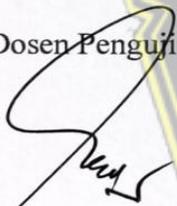
Telah dipertahankan dihadapan dewan penguji
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Unieversitas Islam Sultan Agung Semarang
Pada tanggal 15 Agustus 2023
Yang terdiri dari :

Dosen Pembimbing,



Dr. Sri Hartono, SE., M.Si.

Dosen Penguji I



Dr. Drs. Mulyana, M.Si

Dosen Penguji II



Drs. Bomber Joko Setyo Utomo, MM

Mngetahui

Ketua Program Studi



Dr. Lutfi Nurcholis, ST., SE., MM.

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wahyu Widodo

NIM : 30401900333

Program Studi : S1 Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Dengan ini menyatakan karya ilmiah berupa Tugas Akhir dengan judul:

“KINERJA PELAYANAN PT. POS INDONESIA di KOTA SEMARANG”.

Dan menyetujuinya menjadi hak milik Fakultas Ekonomi UNISSULA serta memberikan Hak Beban Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalandata, dan dipublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila di kemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan timbul saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Fakultas Ekonomi UNISSULA.

Semarang, 5 september 2023



Wahyu Widodo

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Wahyu Widodo

Nim : 30401900333

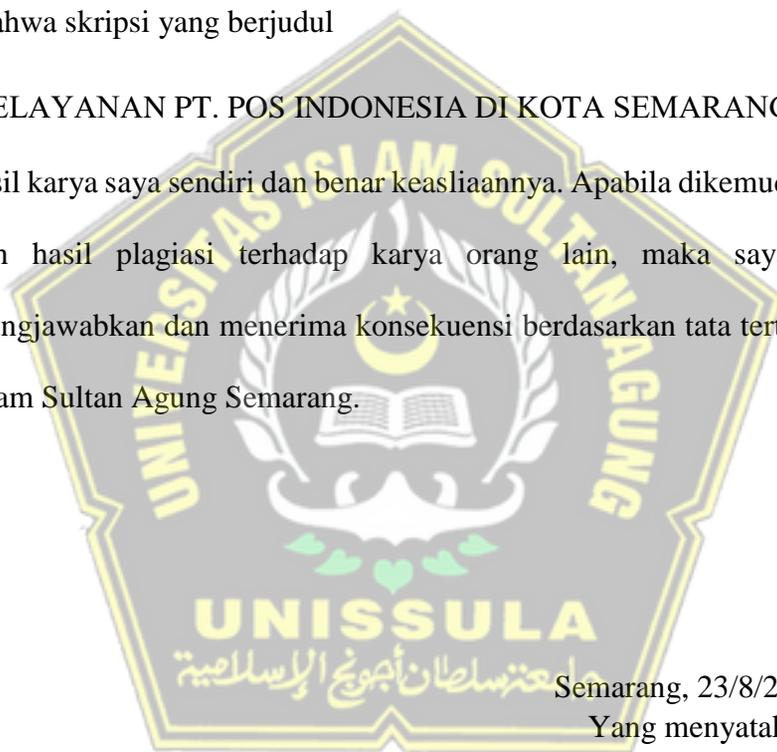
Fakultas : Ekonomi

Prodi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul

“KINERJA PELAYANAN PT. POS INDONESIA DI KOTA SEMARANG”

Merupakan hasil karya saya sendiri dan benar keasliannya. Apabila dikemudian hari penelitian ini merupakan hasil plagiasi terhadap karya orang lain, maka saya bersedia untuk mempertanggungjawabkan dan menerima konsekuensi berdasarkan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Sultan Agung Semarang.



Semarang, 23/8/2022

Yang menyatakan,

Wahyu Widodo

Abstrak

Kantor pos merupakan bisnis yang bekerja dibidang jasa seperti pengiriman barang, surat dan uang. Kualitas pelayanan mengarah pada pandangan pelanggan tentang layanan yang diberikan. Jika pelanggan diberikan pelayanan yang baik maka perusahaan jasa tersebut dapat menghasilkan keuntungan yang besar, tetapi jika pelanggan mendapatkan pelayanan yang buruk maka pelanggan dari perusahaan akan berkurang. Tujuan dari pembuatan laporan magang ini adalah untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh kantor pos cabang utama kota semarang.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kantor Pos

Abstract

The post office is a business that works in the field of services such as delivery of goods, letters and money. Service quality refers to the customer's view of the services provided. If customers are given good service, the service company can generate large profits, but if customers get poor service, the company's customers will decrease. The purpose of making this internship report is to find out how the quality of service provided by the post office main branch of the city of Semarang.

Keywords: Service Quality, Post Office

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala, Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan hidayahnya dan yang telah memberikan kenikmatan jasmani dan rohani yang tiada tara, sehingga saya mampu menyelesaikan karya ilmiah berupa tugas akhir yang berjudul “KINERJA PELAYANAN PT. POS INDONESIA di KOTA SEMARANG”.

Laporan ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai derajat Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Dalam penyelesaian laporan karya ilmiah ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan arahan dari berbagai pihak yang mendukung, oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Sri Hartono, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing Lapangan yang telah memberikan segenap waktu dan pemikiran untuk membantu, mengarahkan dan memberikan motivasi, serta nasehat yang sangat bermanfaat kepada penulis sehingga laporan magang MBKM ini dapat tersusun dengan baik.
2. Bapak Agus Kurniawan selaku Asman bidang ke agenan dan mentor dalam kegiatan magang MBKM yang telah membantu membimbing dan mengarahkan penulis dalam melaksanakan kegiatan magang MBKM.
3. Ibu Hanik, SE. selaku mentor dalam kegiatan magang MKBM yang telah membimbing dan membantu penulis dalam melaksanakan kegiatan magang MBKM
4. Bapak Jamaluddin, SE. selaku mentor pembimbing lapangan dalam kegiatan MBKM yang telah membimbing penulis dalam melaksanakan kegiatan magang MBKM.
5. Bapak Muhammad Ramhdan selaku pimpinan PT. POS KCU Semarang
6. Bapak Muhammad Taufik Saleh, selaku mentor, atau pembimbing yang telah membantu saya di PT POS
7. Bapak Satria Ariesta P, Selaku mentor, atau pembimbing yang telah membantu saya di PT POS
8. Prof Dr Heru Sulisty SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

9. Dr. Lutfi Nurcholis, ST., SE., MM. selaku Kepala Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
10. Bapak Kamari dan Ibu Sukarsih selaku orang tua saya yang telah membiayai biaya kuliah saya dan selalu memberikan doa, dukungan, motivasi agar saya selalu semangat dan pantang menyerah dalam menyusun laporan magang MBKM dan kakak Ovie Lian Mega Kartika dan Kakak Muhammad Shofi'i yang terus memberikan semangat agar saya segera menyelesaikan laporan magang MBKM ini.
11. Seluruh teman-teman Prodi Manajemen 2019 yang telah berjuang bersama, saling memberikan semangat, motivasi, dukungan dan doa
12. Seluruh teman-teman Fakultas Ekonomi 2019 yang telah mendukung satu sama lain memberikan motivasi dan doa.
13. Seluruh teman-teman Mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang berjuang bersama, memberikan doa dan dukungan penuh.
14. Seluruh teman-teman seperjuangan MBKM (Merdeka Belajar Kampus Merdeka) Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan kegiatan magang MBKM memiliki banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna menyempurnakan penelitian skripsi di masa yang akan datang. Semoga laporan kegiatan magang MBKM ini bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Semarang, 23/8/2022



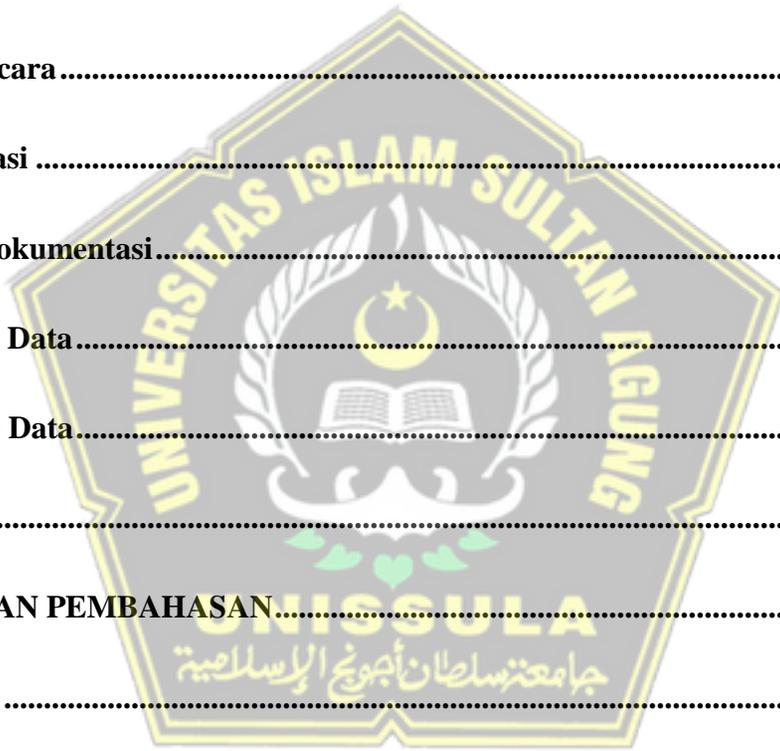
Wahyu Widodo

DAFTAR ISI

Table of Contents

HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Tujuan Magang.....	5
1.3. Sistematika Laporan.....	6
BAB 2	8
PROFIL ORGANISASI DAN AKTIVITAS MAGANG.....	8
2.1 Profil Organisasi	8
2.2 Gambaran Objek Magang	9
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	13
2.4 Deskripsi Tugas.....	13
2.5 Aktivitas Magang	16
IDENTIFIKASI MASALAH	21
3.1 Identifikasi Masalah	21
3.2 Permasalahan Penting yang di Ambil.....	21

BAB 4	23
TINJAUAN PUSTAKA	23
4.1 Kualitas Pelayanan	23
BAB 5	33
METODE PENELITIAN	33
5.1 Metode Pengumpulan Data.....	33
5.2 Wawancara	33
5.3 Observasi	33
5.4 Studi Dokumentasi.....	34
5.5 Sumber Data.....	34
5.6 Analisis Data.....	35
BAB 6	37
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	37
6.1 Analisis	37
6.2 Pembahasan	53
BAB 7	59
KESIMPULAN DAN SARAN	59
7.1 Kesimpulan.....	59
7.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62



Lampiran 3 : Daftar hadir peserta magang66

Lampiran 4 : Log Book peserta magang86



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dewasa ini modernisasi menyebabkan tingkat kesulitan pekerjaan semakin kompleks dan membutuhkan upaya yang tepat untuk menyelesaikannya. Tak terkecuali dalam hal pelayanan yang ditawarkan oleh organisasi maupun perusahaan. Organisasi secara sederhana dapat diartikan sebagai kelompok yang terdiri dari sekumpulan individu. Kelompok tersebut akan bekerja sama sehingga tujuan instansi yang bersangkutan dapat terlaksana.

Salah satu contoh bentuk organisasi ialah badan instansi yang didirikan pemerintah. Pada umumnya keberhasilan suatu organisasi bisa dilihat dari seberapa berhasil kinerja dari organisasi yang dikelola. Informasi terkait seberapa tinggi tingkat kinerja suatu organisasi yang dikelola oleh pemerintah dapat dijadikan tolak ukur seberapa sukses organisasi tersebut sudah melayani masyarakat.

Salah satu indikator pelayanan bisa dikatakan berkualitas ialah bisa memperbaiki dan membuat ikatan yang baik dengan khalayak umum. Salah satu langkah yang bisa dilakukan adalah dengan memotong jalur BUMN. Cara ini akan mempermudah masyarakat maupun konsumen menikmati pelayanan yang diberikan oleh pemerintah. Upaya lain untuk meningkatkan kualitas pelayanan jika pelayanan yang diberikan didukung oleh sistem tata manajemen yang baik. Pelayanan yang akuntabel, terbuka serta melibatkan seluruh lapisan masyarakat dapat meningkatkan tingkat kepuasan.

Adapun setiap pelayanan yang ada pada perusahaan pastilah memiliki kebijakan tersendiri. Orang yang memiliki jabatan sebagai pemimpin dalam perusahaan dalam hal ini memiliki hak dan kewenangan dalam menetapkan kebijakan terbaik. Upaya ini sebagai

langkah agar masyarakat memperoleh layanan yang berkualitas. Memperdayakan sumber daya secara maksimal dan mengembangkan seluruh potensi juga menjadi hal yang perlu diterapkan dalam perusahaan. Dengan demikian masyarakat bisa semakin dekat dengan pelayanan pemerintah. Oleh karena itu profesionalisme dan kinerja terbaik sangat dituntut oleh pemerintah.

Sistem pelayanan publik yang berkualitas merupakan salah satu bentuk dari reformasi. Aktivitas ini menjadi salah satu pendorong pelaksanaan otonomi daerah sehingga pembangunan dapat menyeluruh di seluruh Indonesia. Oleh karena itu untuk mencapai hal tersebut dibutuhkan dukungan dari berbagai pihak termasuk birokrasi yang dibentuk pemerintah. Dengan adanya kemajuan zaman, pemerintah dituntut untuk menyediakan pelayanan yang handal bagi seluruh lapisan masyarakat. Dalam hal ini handal yang dimaksud adalah dapat merespon tuntutan zaman, ekonomi, politik sehingga pelayanan dapat terselenggara secara maksimal.

Salah satu tugas utama yang diemban oleh birokrasi pemerintah adalah dengan memprioritaskan pelayanan kepada masyarakat. Hal ini disebabkan karena kepentingan publik merupakan orientasi utama dari aktivitas birokrasi pemerintah. Dengan adanya hal ini, upaya yang dilakukan diharapkan bisa mewujudkan kesejahteraan secara adil dan menyeluruh. Birokrasi yang berkualitas juga menjadi harapan bagi seluruh masyarakat pengguna layanan. Pada umumnya masyarakat menginginkan layanan berkualitas, mudah dinikmati siapapun, terjangkau, dan adil bagi siapa saja.

Kualitas pada hakikatnya memiliki kaitan erat dengan kepuasan konsumen. Layanan yang dikemas dan bisa dinikmati masyarakat secara maksimal akan mendorong masyarakat tersebut terus terikat dengan perusahaan yang bersangkutan. Kepuasan juga memberikan dampak pada semakin tingginya ikatan yang terjalin antara konsumen dengan

penyedia jasa. Oleh karena itu, perusahaan harus bisa memahami dan membaca apa saja keinginan pasar dan pelanggannya. Memberikan apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen merupakan salah satu kunci sukses. Langkah yang diambil ini akan membuat kepuasan konsumen semakin maksimal. Dengan meniadakan dan meminimalkan pelayanan yang tidak berkualitas juga berdampak besar pada kepuasan.

Kepuasan sendiri pada hakikatnya tergantung dari pandangan atau persepsi pelanggan yang menggunakan jasa. Lebih lanjut kualitas layanan dapat diartikan sebagai pandangan konsumen terkait puas tidaknya pelayanan yang mereka terima. Dengan kata lain hal ini tergantung dari penilaian konsumen. Semakin berkualitas pelayanan, hal ini akan semakin berpengaruh pada kepuasan konsumen. Sebaliknya jika tingkat layanan tidak berkualitas dan tidak berbanding lurus dengan harapan konsumen maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan kurang berkualitas.

Perusahaan pada umumnya bisa dikatakan gagal jika tidak berhasil memuaskan konsumennya. Tingkat kepuasan konsumen yang rendah juga menyebabkan timbulnya permasalahan yang kompleks. Tingkat kepuasan yang rendah bisa membuat konsumen memberikan ulasan buruk yang dapat berpengaruh pada konsumen lain. Dengan demikian jika ingin usaha pelayanan tetap berjalan, perusahaan diwajibkan untuk menerapkan strategi usaha yang tepat. Mulai dari merencanakan, mengorganisasi, mengontrol serta mengevaluasi manajemen yang menjalankan perusahaan. Begitu juga manajemen yang ada di PT Pos Indonesia.

Secara umum ulasan yang buruk yang dirasakan oleh konsumen akan berdampak pada, tingkat kepuasan yang rendah serta minat konsumen lain juga semakin rendah. Hal ini tentunya memberikan dampak luar biasa bagi perusahaan. Oleh sebab itu sistem tata kelola manajemen serta penerapan strategi yang baik sangat dibutuhkan untuk menunjang kualitas

pelayanan. Jika PT Pos Indonesia bisa menjalankan hal ini, upaya yang dilakukan akan berdampak pada kualitas pelayanan yang makin meningkat. Pengornanisasian dan implementasi sistem yang baik juga akan berdampak pada kemudahan PT Pos Indonesia dalam mengendalikan layanan yang berkualitas. Dengan demikian konsumen penikmat layanan bisa memperoleh kepuasan secara maksimal dan dapat memberikan ulasan positif kepada konsumen lain.

PT. Pos Indonesia pada umumnya dapat dikatakan sebagai birokrasi publik yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat luas. Hal ini karena perusahaan tersebut menjadi salah satu wadah yang sering digunakan masyarakat untuk mengirim barang maupun surat atau paket lainnya. Agar bisa bertahan ditengah persaingan pasar yang makin kompetitif, maka PT Pos Indonesia perlu menyesuaikan status Badan Usaha yang lebih fleksibel sehingga pelayanan yang diberikan bisa semkain berkembang. Tingkat kepuasan masyakat yang penting agar layanan yang dijalankan tetap terjaga juga harus menjadi perhatian penuh bagi PT Pos Indonesia.

PT. Pos Indonesia adalah salah satu BUMN yang bergerak dalam bidang jasa pelayanan lalu lintas berita, uang, barang dengan memiliki jaringan pelayanan terbesar dan tersebar di seluruh pelosok tanah air. Keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan ini sangat tergantung pada sejauh mana para pegawai dapat memberikan pelayanan dalam kualitas yang sesuai dengan harapan dan keinginan para pengguna jasa. Dalam menghadapi tuntutan masyarakat akan peningkatan pelayanan baik kualitas maupun kuantitasnya dan untuk tetap survive maka setiap kator di usahakan untuk tidak berbuat salah yang menyebabkan keterlambatan pengiriman pos, karena pengguna jasa tidak akan menerima

alasan keterlambatan karena alasan kantor. Untuk itu dalam membentuk suatu pelayanan secara utuh dan berkualitas, maka dibutuhkan kinerja yang baik.

Berdasarkan hasil observasi langsung yang dilakukan penulis menemukan beberapa permasalahan terkait kualitas pelayanan yang ada di Kantor Pos Semarang. Misalnya saja, keterlambatan pengiriman surat dan barang yang menyebabkan banyaknya keluhan yang dirasakan oleh para konsumen. Beberapa konsumen juga merasa bahwa tarif ataupun harga yang dibebankan kepada konsumen terbilang mahal dan tidak sebanding dengan layanan yang mereka terima.

Dari hasil observasi yang dilakukan di Kantor Pos Semarang, penulis juga menemukan beberapa permasalahan lain seperti kerusakan dan kehilangan barang yang dialami oleh para konsumen, sikap pegawai yang terlalu kaku hingga penolakan paket karena pembungkusan paket kiriman tidak sesuai dengan syarat yang ditentukan. Dari adanya beberapa masalah yang terjadi di Kantor Pos Semarang, dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan kantor pos tersebut masih berjalan kurang maksimal, yang menyebabkan minimnya kepuasan yang diterima oleh para konsumen.

Berdasarkan fenomena-fenomena dan uraian diatas, dapat diketahui bahwa PT Pos. Indonesia masih perlu memperbaiki kinerjanya secara menyeluruh baik produktivitas maupun kualitas pelayanan. Berkaitan dengan hal tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam terhadap pelayanan pada PT. Pos Indonesia di Kota Semarang

1.2. Tujuan Magang

Dengan magang MBKM mahasiswa dapat menerapkan ilmu yang didapat dibangku kuliah ke dunia kerja dan mendapatkan ilmu serta pengalaman baru dalam dunia kerja. Tujuan dari pelaksanaan magang ini sebagai berikut:

1. Mengembangkan ilmu pengetahuan yang diperoleh di bangku kuliah dan menerapkannya di dunia kerja.
2. Melatih mahasiswa untuk lebih disiplin, bertanggungjawab dan berfikir maju.
3. Mengembangkan cara berfikir mahasiswa agar bisa meningkatkan soft skill dan juga hard skill.

1.3. Sistematika Laporan

Sistematika yang digunakan dalam penulisan laporan magang adalah sebagai berikut:

BAB 1 Pendahuluan

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang secara garis besar yaitu permasalahan yang ada di perusahaan tempat magang yang dijadikan topik dalam laporan magang, tujuan penelitian dan sistematika laporan.

BAB II Profil Organisasi

Pada bab ini berisi tentang profil organisasi yang menjelaskan gambaran secara umum karakteristik PT. POS INDONESIA (Persero) yang mencakup visi misi, struktur organisasi, proses bisnis dan produk yang ditawarkan oleh PT. POS INDONESIA (Persero) dan aktivitas magang

BAB III Identifikasi Masalah

Bab ini menjelaskan masalah yang diangkat dalam topik laporan magang

BAB IV Kajian Pustaka

Bab ini mencakup kajian pustaka yang berisikan referensi atau pembandingan dengan penelitian yang dilakukan dan membahas teori-teori yang mendukung penelitian tentang brand awareness, promosi dan sosialisasi.

BAB V Analisis Pembahasan

Bab ini menguraikan kembali masalah yang menjadi topik pembahasan serta menganalisis mengenai kinerja karyawan yang ada di kantor POS Indonesia menggunakan teori yang valid.

BAB VI Kesimpulan dan Rekomendasi

Pada bab ini mencakup kesimpulan yang berisikan masalah dari topik pembahasan, serta rekomendasi yang berisikan hal-hal yang perlu diperbaiki organisasi tempat magang terhadap peserta magang dan pegawai yang ada dalam organisasi tempat magang.

BAB VII Refleksi Diri

Menjabarkan manfaat magang terhadap mahasiswa, mengidentifikasi kunci sukses dalam bekerja berdasarkan pengalaman yang didapatkan ditempat magang. Serta menjabarkan mengenai rencana pengembangan karir dan pendidikan selanjutnya.

BAB 2

PROFIL ORGANISASI DAN AKTIVITAS MAGANG

2.1 Profil Organisasi

PT Pos Indonesia (Persero) merupakan perusahaan BUMN yang bergerak dibidang jasa pengiriman surat maupun barang yang memiliki kantor pusat di Kota Bandung dan memiliki 11 kantor regional yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Dalam menjalankan kebijakan yang diambil kantor pusat, kantor regional berperan sebagai penggerak kebijakan yang diambil untuk diterapkan di wilayah masing-masing.

Sejarah PT Pos Indonesia (Persero) berawal dari didirikannya kantor pos di Batavia (sekarang Jakarta) oleh gubernur saat itu yang bernama Jendral G.W Baron van Imhoff pada tanggal 26 Agustus 1746. Pemikiran untuk mendirikan kantor pos tersebut salah satunya untuk menjamin keamanan surat-surat penduduk dan terutama yang berdagang di luar Jawa dan bagi penduduk Belanda yang dari dan ke Negeri Belanda. Sejak saat itu PT Pos Indonesia (Persero) mulai menjalankan fungsi dan peran tersebut untuk pelayanan kepada publik. Setelah berjalan empat tahun, kantor pos kemudian mendirikan kantor kedua di Kota Semarang untuk mempercepat pengiriman dari dua wilayah tersebut. Pada saat itu jalur pengiriman yang dilalui ialah Karawang, Cirebon, dan Pekalongan.

Pos Indonesia telah beberapa kali beberapa perubahan status mulai dari Jawatan PTT (Post, Telegraph dan Telephone). Badan usaha tersebut beroperasi tidak bersifat komersial dan fungsinya lebih kepada pelayanan kepada publik.

Perkembangan terus terjadi hingga statusnya menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Mengamati perkembangan zaman dimana sektor pos dan telekomunikasi berkembang sangat pesat, maka pada tahun 1965 berganti menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos dan Giro), dan pada tahun 1978 berubah menjadi Perum Pos dan Giro yang sejak ini ditegaskan sebagai badan usaha tunggal dalam menyelenggarakan dinas pos dan giropos baik untuk hubungan dalam maupun luar negeri. Selama 17 tahun berstatus Perum, maka pada 1995 berubah menjadi Perseroan Terbatas dengan nama PT Pos Indonesia (Persero) (persero) dilaksanakan berdasarkan PP No. 5 Tahun 1995 tanggal 27 Februari 1995, dan perubahan tersebut secara efektif mulai berlaku pada tanggal 20 Juni 1995.

Seiring berjalannya waktu, Pos Indonesia kini telah mampu menunjukkan kreatifitasnya dalam pengembangan bidang perposan Indonesia. Dengan memanfaatkan infrastruktur jejaring yang dimilikinya yang mencapai sekitar 24 ribu titik layanan yang menjangkau 100 persen kota/kota, hampir 100 persen kecamatan dan 42 persen kelurahan/desa, dan 940 lokasi transmigrasi terpencil di Indonesia.

2.2 Gambaran Objek Magang

1. Visi Misi Perusahaan

Tujuan perusahaan PT Pos Indonesia (Persero) adalah untuk membangun bangsa yang lebih berdaya saing dan sejahtera dengan melaksanakan visi misi perusahaan. Visi

PT. Pos Indonesia (Persero) adalah “Menjadi Postal Operator, Penyedia Jasa Kurir, Logistik dan Keuangan Paling Kompetitif”. Misi PT. Pos Indonesia (Persero) adalah “Bertindak Efektif Untuk Mencapai Performance Terbaik”.

Persyaratan utama untuk mewujudkan visi dan misi perusahaan ada beberapa hal yang perlu dilakukan yaitu:

- a. Memberikan produk yang relevan sesuai dengan kebutuhan pasar
- b. Memberikan jasa layanan yang prima
- c. Menjalankan proses bisnis secara efisien
- d. Membangun solusi teknologi informasi yang prima dan human capital yang andal
- e. Memperkuat sistem pengendalian internal, governance, dan manajemen risiko untuk mencapai tingkat kematangan yang memadai untuk mengamankan pencapaian tujuan perusahaan.

2. Nilai dan Budaya Perusahaan.

Nilai-nilai utama budaya perusahaan dirumuskan dalam akronim AKHLAK.

Nilai-nilai utama AKHLAK adalah sebagai berikut:

1. Amanah : Memegang teguh kepercayaan yang diberikan.
2. Kompeten : Terus belajar dan mengembangkan kapabilitas.
3. Harmonis : Saling peduli dan menghargai perbedaan.

4. Loyal : Berdidikasi dan mengutamakan kepentingan bangsa dan negara.
5. Adaptif : Terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan.
6. Kolaboratif : Membangun kerjasama yang sinergis.

Nilai-nilai utama budaya perusahaan **AKHLAK** mengandung pesan dan semangat (slogan) sebagai berikut: "Kami bekerja secara **Amanah** dan **Kompeten**, dengan membangun hubungan yang **Harmonis** dan sikap **Loyal**, menjalankan bisnis secara **Adaptif**, serta mengembangkan kerjasama **Kolaboratif**."

3. Logo dan Makna Perusahaan

Bentuk, warna dan makna lambang perusahaan resmi yang digunakan adalah sesuai yang tercantum pada Lampiran Surat Keputusan Direksi Nomor 95/Dirut/1112 tanggal 1 November 2012.



Gambar 2.1. Logo Pos Indonesia Sumber:

<https://www.posindonesia.co.id/>

Arti makna dan Logo Pos Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Burung Merpati

Burung merpati adalah lambang jasa pos. Hal ini disebabkan karena pada zaman dahulu, masyarakat melakukan kegiatan surat menyurat dengan orang lain dalam jarak yang jauh menggunakan burung merpati pos. Simbol burung merpati dalam posisi terbang dengan pandangan lurus ke depan, lima garis sayap yang berbentuk garis-garis kecepatan, memiliki arti/makna bahwa perusahaan dalam menjalankan usahanya mengutamakan pada kecepatan, ketepatan dan terpercaya.

2. Bola Dunia

Simbol bola dunia melambangkan peran perusahaan sebagai penyelenggara layanan yang mampu menjadi sarana komunikasi dalam lingkup nasional maupun internasional.

3. Tulisan “POS INDONESIA”

Tipe tulisan “POS INDONESIA” dengan huruf Futura Extra Bold memberikan ciri khas sebagai perusahaan kelas dunia.

4. Warna Logo

Warna logo menggunakan warna korporat yaitu warna pos orange dan abu - abu yang merupakan warna natural mengandung arti/makna modern dari sisi

pendekatan bisnis.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan.



Gambar 2.2. Struktur Organisasi PT Pos KCU
Sumber: PT Pos Indonesia KCU Semarang

2.4 Deskripsi Tugas

Berdasarkan Keputusan Direksi PT Pos Indonesia (Persero) Nomor KD60/DIRUT/0721, struktur organisasi PT Pos Indonesia KCU Semarang terdiri dari Deputy Executive General Manager yang memimpin dan membawahi beberapa departemen yang terbagi dalam unit-unit kesatuan yang mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:

- a) Bagian Operasi Kurir
 - 1) Mengawasi pelaksanaan pemrosesan kiriman pos dalam wilayah kerjanya.
 - 2) Mengendalikan proses operasi kiriman pos termasuk kiriman e-commerce.

- 3) Menghitung kebutuhan angkutan, pemilihan moda transportasi, kapasitas, dan frekuensi transportasi.
 - 4) Mengawasi pelaksanaan kapasitas, beban kerja, dan cut off time antaran dengan menggunakan system informasi antaran.
 - 5) Melakukan kontrol kinerja antaran dan monitoring reporting pasca antaran.
- b) Bagian Pelayanan Outlet dan Operasi Cabang
- 1) Melakukan validasi dan verifikasi laporan pertanggung KCP dan unit pelayanan luar lain termasuk agenpos.
 - 2) Mengawasi kelancaran operasi KCP dan unit pelayanan luar lain termasuk agenpos.
 - 3) Mengawasi dan mengontrol cash flow KCP dan unit pelayanan luar lain termasuk agenpos.
- c) Bagian Keuangan dan Aset
- 1) Melakukan penerimaan, penyimpanan, dan pengeluaran kas.
 - 2) Melakukan pengiriman dan pengembalian kas ke bank.
 - 3) Melakukan administrasi pertanggung asset.
 - 4) Melakukan pemenuhan kebutuhan asset.
 - 5) Melakukan pelaporan asset.
- d) Bagian SDM dan Dukungan Umum

- 1) Mengelola dan mengadministrasikan sarana dan kendaraan yang meliputi penerimaan, pemeriksaan, distribusi, mutasi, pencatatan, penghapusan, pelaporan, monitoring, dan evaluasi.
 - 2) Mengoordinasi dan mengendalikan pelaksanaan kegiatan program bina lingkungan perusahaan di kantor cabang utama dan kantor cabang di bawahnya.
 - 3) Melakukan koordinasi dengan Divisi Synergy, Business Alliance, dan tanggung jawab sosial dan lingkungan di kantor pusat.
- e) Bagian Penjualan Korporat Kurir dan Logistik
- 1) Mengelola administrasi dan kelancaran pembayaran piutang.
 - 2) Menindaklanjuti piutang yang sudah jatuh tempo.
 - 3) Melaporkan posisi piutang dan langkah – langkah penyelesaian piutang
- f) Bagian Penjualan Bisnis Jasa Keuangan
- 1) Mengurus administrasi pelayanan keuangan.
 - 2) Membuat laporan pelayanan jasa keuangan.
- g) Bagian Penjualan Ritel dan Kemitraan
- 1) Mengelola pendaftaran, pembukaan, dan penutupan agenpos.
 - 2) Mengendalikan kinerja agenpos.
 - 3) Mengendalikan penjualan O-Ranger, loket, dan mobile postal service.
 - 4) Mengelola O-Ranger mulai dari perencanaan kebutuhan O-Ranger, proses kemitraan sampai dengan menjamin kesiapannya.
- h) Bagian Audit

- 1) Melaksanakan pemeriksaan secara rutin dan berkala terhadap pelaksanaan pekerjaan pada setiap bagian.
- 2) Melakukan pengukuran standar mutu berdasarkan pedoman pemeriksaan periodik yang berlaku.
 - i) Bagian Kesekretariatan
 - 1) Mengelola administrasi dan kegiatan perkantoran.
 - 2) Menghimpun data dan melakukan perbaikan terhadap temuan hasil pemeriksaan auditor.
 - 3) Melaksanakan kegiatan protokoler dan unsur kegiatan kerumahtanggaan.

2.5 Tangible Perusahaan

PT. POS Indonesia KCU Semarang merupakan perusahaan ekspedisi pengiriman barang yang beralamat di Jl. Pemuda No.4, Pandansari, Kec. Semarang Tengah, Kota Semarang. Untuk meningkatkan kepuasan para konsumennya, Kantor Pos Semarang menyediakan sarana dan prasarana penunjang kenyamanan seperti ruang tunggu yang luas dengan AC dan kipas angin, kursi tunggu sebanyak empat buah, komputer yang dioperasikan pegawai untuk mempermudah kegiatan transaksi, timbangan barang, serta kamar mandi bersih yang disediakan bagi konsumen. Pihak Kantor Pos Semarang juga menyediakan lahan parkir yang luas sehingga para konsumen dapat leluasa memarkirkan kendaraan mereka ketika ingin memaketkan barang di kantor pos tersebut. Selain itu, Kantor Pos Semarang juga

memiliki lokasi yang strategi di tengah kota yang mudah diakses oleh para konsumen. Dalam proses pelayanan, sarana dan prasarana sangatlah penting untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Oleh karena itu, sebagai pihak penyedia layanan, Kantor Pos Semarang selalu berusaha untuk memberikan fasilitas yang memadai dengan tujuan untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan para konsumennya.

2.6 Aktivitas Magang

Kegiatan magang program MBKM dilaksanakan di PT. POS Indonesia KCU Semarang. Kegiatan magang dilaksanakan mulai tanggal 14 Februari 2022 hingga 18 Juni 2022. Pada jam kantor yang diberlakukan yaitu pukul 08.00 – 16.00 pada hari Senin – Jumat, dan 08.00 – 12.30 pada hari Sabtu. Aktifitas awal magang yang dilakukan oleh praktikan bersifat fleksibel. Tepatnya pada setiap bidang yang membutuhkan SDM, praktikan akan dipindahkan ke bagian tersebut. Adapun tugas yang dilakukan oleh praktikan di PT. POS Indonesia yaitu Mengentry surat masuk yang akan dikirim, menjadi verifikasi atau juru bayar saat pembagian saluran dana BST untuk warga, dan geotagging (Mengecek data penerima bantuan BST, apakah tepat sasaran atau tidak).

Adapun kegiatan magang yang dilakukan oleh praktikan di bidang Pensiunan yaitu dimulai kegiatan praktikan di minggu pertama yaitu diajari membantu melakukan kegiatan seperti mencairkan dan mengecek dana pensiunan yang cair, serta pada awal bulan membantu pencairan dana pensiunan di Kantor pos. Kegiatan praktikan di minggu ke dua dipindahkan ke bidang

SLPK yaitu membantu mengentry surat masuk dan surat keluar hingga beberapa minggu. Lalu kegiatan praktikan di minggu ketiga dipindahkan lagi ke bagian agen, seperti membantu merekap data Pak Agus selaku Asman bagian Agen. Dan selang beberapa minggu, praktikan dimintai untuk membantu kegiatan program BST (Bantuan Sosial Tunai) sebesar 600rb, praktikan dituntut untuk mengecek data KTP dan undangan penerima untuk meminimalisir kekeliruan atau salah sasaran terkait bantuan BST. Praktikan terkadang juga diberi tanggung jawab sebagai pengawal REMISE (Uang Dan Surat Undangan) untuk membagikan uang tunai 600.000 bagi setiap warga. Lalu ada juga kegiatan tentang promosi atau penyuluhan tentang aplikasi PosPay, ini berisi mengenai kelebihan pemakaian Pospay. Terakhir, praktikan merangkup dan mencocokkan Kembali data penerima BST, agar tidak salah dan jatuh pada warga lain.

Adapun selama melakukan aktivitas magang penulis menemukan beberapa permasalahan terkait kualitas layanan di Kantor Pos Semarang. Salah satunya adalah keterlambatan pengiriman surat dan paket. Pengiriman surat maupun paket yang tidak sesuai dengan estimasi tentunya akan berimbas pada kurangnya tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen sehingga menyebabkan penurunan jumlah barang yang dikirim oleh pihak kantor pos. Pengiriman barang yang tidak sesuai dengan estimasi juga mengakibatkan banyak sekali keluhan yang datang dari konsumen.

Adapun permasalahan lainnya yang penulis jumpai selama magang adalah harga yang dibebankan kepada konsumen terbilang malah dibandingkan jasa pengiriman yang lain. Terlebih tarif yang ditetapkan kantor pos tidak sebanding

dengan kualitas layanan yang ditawarkan membuat para konsumen semakin merasa kecewa atas layanan yang mereka terima dari pihak kantor pos. Selain pengiriman surat dan paket yang tidak sesuai estimasi, serta harga yang terbilang mahal dibanding pesaing dalam bidang pelayanan yang sama, beberapa permasalahan terkait kualitas pelayanan di kantor pos semarang adalah sikap pegawai yang dinilai kaku oleh sebagian konsumen hingga permasalahan lain seperti penolakan paket karena pembungkusan paket kiriman tidak sesuai dengan syarat yang ditentukan.

Pesatnya perkembangan teknologi dewasa ini memang menyebabkan semakin tinggi tingkat persaingan dalam dunia usaha, tak terkecuali industri pengiriman barang. Bentuk persaingan tersebut baik dalam hal mutu maupun harga. Setiap perusahaan ekspedisi berlomba-lomba memberikan layanan pengiriman barang yang berkualitas seperti waktu pengiriman yang sesuai dengan estimasi, pegawai yang kompeten, hingga penerapan harga bersaing yang sebanding dengan kualitas layanan yang diberikan. Oleh karena itu jika ingin tetap bertahan di tengah ketatnya persaingan pasar, penting bagi pihak kantor pos untuk meningkatkan kualitas pelayanannya agar kepuasan para konsumen juga bisa meningkat.

Peningkatan kualitas pelayanan memang memiliki andil besar dalam keberlangsungan suatu usaha, karena hal tersebut sangat berpengaruh besar pada jumlah pendapatan yang diterima oleh kantor pos. Jika kantor pos bisa memberikan pelayanan yang berkualitas, hal ini akan memaksimalkan tingkat kepuasan konsumen sehingga konsumen tidak mudah beralih ke layanan lain yang

ditawarkan oleh pihak pesaing. Dengan adanya permasalahan yang sudah dijelaskan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait kualitas layanan di kantor pos semarang. Melalui penelitian ini, hasil yang didapat nantinya bisa menjadi bahan pertimbangan bagi pihak kantor pos ketika mengambil kebijakan maupun strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanannya kepada masyarakat.



BAB 3

IDENTIFIKASI MASALAH

3.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil observasi selama magang penulis menemukan beberapa permasalahan terkait kualitas pelayanan di Kantor Pos Semarang. Berikut penjelasannya:

1. Keterlambatan pengiriman barang yang menyebabkan penurunan jumlah barang yang dikirim pihak kantor pos.
2. Banyaknya jumlah keluhan yang dirasakan oleh konsumen disebabkan karena pengiriman barang tidak sesuai dengan estimasi yang dijanjikan.
3. Banyak konsumen yang merasa harga yang harus mereka bayar terlalu mahal dan tidak sebanding dengan kualitas layanan yang mereka terima.
4. Terjadinya kerusakan dan kehilangan barang, sikap pegawai yang kaku, hingga penolakan paket karena pembungkusan paket kiriman tidak sesuai dengan syarat yang ditentukan.

3.2 Permasalahan Penting yang di Ambil

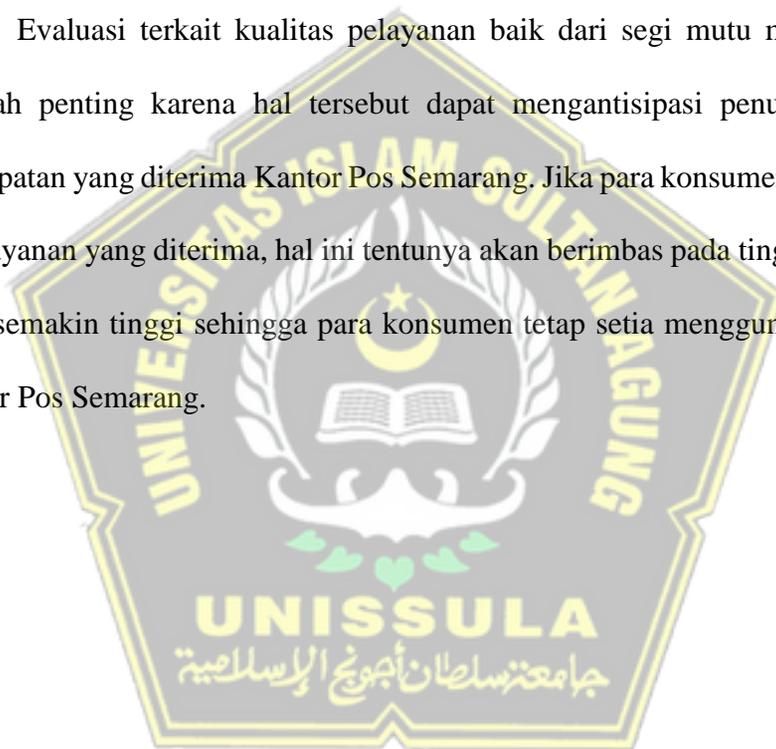
Adapun permasalahan penting yang akan diambil berdasarkan identifikasi masalah yang sudah dijelaskan di atas adalah sebagai berikut

1. Permasalahan dari segi mutu. Hal ini terkait dengan rendahnya kualitas pelayanan yang diberikan seperti keterlambatan pengiriman barang, kerusakan

dan kehilangan barang yang dialami konsumen, hingga sikap pegawai yang terlalu kaku saat melayani para konsumen.

2. Permasalahan dari segi harga. Hal ini terkait ongkos kirim yang mahal dan tidak sebanding dengan kualitas pelayanan yang diterima oleh para konsumen sehingga menyebabkan rendahnya tingkat kepuasan yang mereka terima.

Evaluasi terkait kualitas pelayanan baik dari segi mutu maupun harga amatlah penting karena hal tersebut dapat mengantisipasi penurunan jumlah pendapatan yang diterima Kantor Pos Semarang. Jika para konsumen merasa puas atas layanan yang diterima, hal ini tentunya akan berimbas pada tingkat kepuasan yang semakin tinggi sehingga para konsumen tetap setia menggunakan layanan Kantor Pos Semarang.



BAB 4

TINJAUAN PUSTAKA

4.1 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan selalu berfokus pada pelanggan, dengan demikian produk-produk dalam hal jasa, desain, produksi, serta pelayanan yang diberikan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Karena kualitas mengacu pada segala sesuatu yang menentukan pelanggan, suatu produk yang dihasilkan baru dapat dikatakan berkualitas apabila sesuai dengan keinginan pelanggan, dapat dimanfaatkan dengan baik, serta diproduksi dengan cara yang baik dan benar.

Wujud pelayanan yang didambakan oleh pengguna jasa dalam Moenir (1995:41-44) mencakup

antara lain:

- a. Adanya kemudahan mengurus dalam pengurusan kepentingan dengan pelayanan yang cepat dalam arti menyelesaikan hambatan yang kadang kala dibuat.
- b. Memperoleh pelayanan secara wajar tanpa gerutu, sindiran atau untaian lain yang nadanya mengarah pada permintaan sesuatu, baik dengan alasan untuk organisasi atau perusahaan atau alasan untuk kesejahteraan.
- c. Mendapat perlakuan yang sama dalam pelayanan terhadap kepentingan yang sama, tertib dan tidak pandang bulu.
- d. Pelayanan yang jujur dan terus terang, artinya apabila ada hambatan suatu masalah yang tidak dapat dielakkan hendaknya diberitahukan, sehingga orang tidak menunggu sesuatu yang tidak menentu.

H.A.S. Moenir (1995:40-41) juga menyebutkan berbagai macam penyebab tidak memadainya suatu pelayanan yang diberikan antara lain adalah:

- a. Tidak atau kurangnya kesadaran terhadap tugas atau kewajiban yang menjadi tanggung jawabnya.
- b. Sistem, prosedur dan metode kerja yang tidak memadai.
- c. Pengorganisasian tugas pelayanan yang belum serasi.
- d. Kemampuan pegawai yang tidak memadai untuk tugas dan beban yang diberikannya.
- e. Tidak tersedianya sarana pelayanan yang memadai.

Dalam penelitian yang dilakukan Ahmed et al. (Putri, K & Nurcaya, 2013) yang mengemukakan banyak pelanggan yang mengalami ketidakpuasaan dalam hal pelayanan yang diberikan. Hal ini dapat terlihat dengan adanya variabel empati yang memiliki 920 pengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan empat dimensi kualitas layanan lainnya memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Arianto (Andi Riyanto, 2018) Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan.

Menurut Kotler dan Keller (Andi Riyanto, 2018) “kualitas adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan”.

Menurut Kasmir (Zamrodah, 2016) Kualitas Pelayanan di definisikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan.

Sedangkan menurut Aria dan Atik (Utomo et al., 2020), Kualitas Pelayanan merupakan komponen penting yang harus diperhatikan dalam memberikan Kualitas Pelayanan prima. Kualitas Pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan karena mempengaruhi kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen akan muncul apabila memberikan Kualitas Pelayanan yang baik.

Sebuah jasa atau produk tunggal tidak dapat memenuhi kebutuhan semua pelanggan, tetapi dapat memenuhi kebutuhan pelanggan yang spesifik. Dengan kondisi tersebut maka diperlukan kualitas pelayanan yang baik agar pelanggan bisa merasa puas terhadap apa yang diinginkannya.

Menurut Lovelock and Wright (2007:96) kualitas pelayanan jasa merupakan evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan. Pada umumnya pelayanan yang diberikan perusahaan akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang sangat tinggi pula. Parasuraman (Putri, K & Nurcaya, 2013) kualitas pelayanan jasa dapat dilihat dari lima dimensi antara lain: bukti langsung (tangible), kehandalan (reliability), ketanggapan (responsiveness), jaminan (assurance) dan empati (emphaty).

Menurut Lovelock and Waright (Utomo et al., 2020) kualitas pelayanan merupakan evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan.

4.2 Dimensi Kualitas Pelayanan

Pelayanan adalah suatu kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan. Pelayanan bisa dikatakan memuaskan apabila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan dari pelanggan. Adapun dimensi untuk mengukur kualitas pelayanan menurut Taufiq (2022) adalah sebagai berikut:

1. *Tangible*

Tangible dapat diartikan sebagai sarana dan prasarana yang dimiliki suatu perusahaan yang berfungsi untuk menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal termasuk para konsumen. Bukti fisik dari sarana dan prasarana tersebut merupakan salah satu bentuk pelayanan yang ditawarkan oleh suatu perusahaan pemberi jasa.

2. *Reliability*

Reliability merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada konsumennya. Pelayanan dapat dikatakan berkualitas jika sesuai dengan janji yang ditawarkan. Dengan demikian konsumen akan merasa puas atas layanan yang mereka terima.

3. *Responsiveness*

Responsiveness dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam menyediakan pelayanan secara tepat dan cepat. Pelayanan yang diberikan kepada konsumen juga harus sesuai dengan keinginan pelanggan.

4. *Assurance*

Assurance menjelaskan bagaimana perusahaan mengatur karyawannya agar bisa bersikap ramah dan sopan saat melayani para konsumen. Hal ini tentunya amatlah penting dalam dunia usaha yang berkaitan dengan pelayanan ataupun jasa. Jika perusahaan bisa melayani para konsumennya secara sopan dan ramah, tingkat kepuasan konsumen akan semakin meningkat.

5. *Empathy*.

Empathy merupakan tolak ukur seberapa besar upaya perusahaan dalam memberikan perhatian kepada konsumennya. Kemampuan perusahaan dalam memahami kebutuhan dan keinginan konsumen juga menjadi salah satu bentuk perhatian yang diberikan perusahaan kepada pelanggan. Semakin besar empati yang ditunjukkan kepada konsumen, semakin besar perasaan puas yang dirasakan kepada konsumen.

4.3 Harga

Harga merupakan salah satu komponen utama dalam memasarkan produk dan menjadi salah satu hal utama yang dipertimbangkan oleh calon konsumen. Dalam proses jual beli, harga menjadi salah satu bagian terpenting, dikarenakan harga adalah alat tukar dalam transaksi yang sifatnya fleksibel dimana setiap saat dapat berubah – ubah. Harga juga merupakan salah satu factor persaingan dalam

memasarkan produk. Menurut Kotler dan Amstrong (2012), harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan konsumen untuk memperoleh manfaat dari mendapatkan atau menggunakan suatu produk atau jasa (Salam, 2016).

Menurut Tjiptono (2010) mengemukakan bahwa harga merupakan satu satunya unsur dari nauran pemasaran yang memberikan income bagi suatu perusahaan (Salam, 2016). Harga dapat berubah dengan cepat pada saat yang sama. Penetapan harga dan persaingan adalah masalah utama yang dihadapi bagian pemasaran.

Harga dapat berubah dengan cepat pada saat yang sama. Penetapan harga dan persaingan harga adalah masalah utama yang dihadapi bagian pemasaran. Menurut Kotler dan Amstrong (2012:314) harga adalah "The amount of money charged for a product or service, the sum of the values that customers exchange for the benefit of having or using the product or service". (Kosanke, 2019).

Definisi lain dikemukakan oleh Buchari Alma (2011:169) (Kosanke, 2019) mengemukakan bahwa harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Sedangkan menurut Djaslim Saladin (Kosanke, 2019) mengemukakan bahwa harga adalah komponen yang menghasilkan pendapatan, sedangkan yang lainnya menghasilkan biaya

Berdasarkan dari beberapa definisi diatas maka peneliti sampai pada pemahaman bahwa harga adalah nilai dari suatu produk dalam bentuk uang yang

harus dikorbankan konsumen guna mendapatkan produk, sedangkan dari produsen atau pedagang harga dapat menghasilkan pendapatan

Menurut Kotler dan Amstrong yang diterjemahkan oleh Rob Sebran (2012:52) (Sesaria, 2020) menjelaskan ada 4 ukuran yang mencirikan harga yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat, dan harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing harga. Empat ukuran harga, yaitu

- Keterjangkaun Harga

Konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk biasanya ada beberapa jenis dalam satu merek harganya, juga berbeda dari yang termurah sampai termahal. Dengan harga yang ditetapkan para konsumen banyak yang membeli produk. Adapun keterjangkauan harga dalam hal ini terkait ongkos pengiriman barang serta layanan lain dari pihak kantor pos yang dibebankan kepada konsumennya. Dengan adanya penerapan harga yang terjangkau, hal ini akan berimbas pada semakin banyak konsumen yang dapat menikmati layanan pengiriman barang tersebut.

- Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen. Orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara 2 barang, karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila harga lebih tinggi, orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik

- Kesesuaian harga dengan manfaat

Konsumen berhak memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan, maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang

- Harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing harga

Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya, dalam hal ini mahal atau murah nya suatu produk sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli produk tersebut

4.4 Strategi Bersaing Genetik Porter

Porter menjelaskan bahwa suatu perusahaan dapat mencapai keunggulan bersaing jika menerapkan 3 strategi bersaing genetik, sebagai berikut (Agustian & Mutiara, 2023):

1. *Differentiation*

Differentiation merupakan strategi dimana perusahaan dapat menciptakan suatu layanan yang berbeda dari para pesaingnya. Strategi ini dapat dilakukan melalui menyediakan teknologi yang berkualitas, inovasi produk, citra merek perusahaan yang baik dan terpercaya, hingga layanan yang berkualitas dan dapat memuaskan para konsumennya.

2. *Low-cost leadership*

Low-cost leadership merupakan suatu strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan kepuasan para konsumen. Caranya dengan menyediakan produk atau layanan dengan harga bersaing yang bisa diterima oleh para konsumen. Jika kualitas dari layanan yang diberikan sebanding dengan harga yang perlu dikeluarkan, konsumen tentunya tidak akan merasa keberatan. *Low-cost leadership* atau pemberian biaya rendah untuk layanan yang ditawarkan dapat dilakukan dengan cara mengefisienkan biaya yang perlu dikeluarkan. Beberapa cara yang bisa dilakukan misalnya, memilih pegawai yang kompeten dan berpengalaman, pengendalian biaya overhead yang baik, hingga meminimalkan biaya-biaya yang seharusnya tidak perlu dikeluarkan oleh perusahaan.

3. *Fokus*

Fokus merupakan suatu kondisi dimana perusahaan berupaya untuk memenuhi kebutuhan para konsumennya dengan sebaik mungkin. Tujuan utama penerapan strategi ini adalah agar perusahaan terhindar dari adanya perang iklan maupun gempuran produk baru dari para pesaing.



BAB 5

METODE PENELITIAN

5.1 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan data yang diinginkan atau dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penulisan.

5.2 Wawancara

Metode ini dilakukan dengan cara mewawancarai secara langsung kepada pihak yang terlibat dan terkait langsung guna mendapatkan penjelasan pada kondisi dan situasi yang sebenarnya pula. Dalam penelitian ini yang menjadi informan adalah orang-orang yang dianggap memiliki informan kunci (Key Informan) yang dibutuhkan untuk membahas kinerja pegawai pada PT. Pos Indonesia KCU Semarang. Adapun yang menjadi Key Informan dalam penelitian ini adalah Bidang Pendidikan dan Pelatihan, Mutasi dan Dokumentasi, khususnya pada bagian analisis kinerja.

5.3 Observasi

Observasi digunakan dengan maksud untuk mengamati dan mencatat gejala-gejala yang tampak pada obyek penelitian pada saat keadaan atau situasi yang di alami atau sebenarnya sedang berlangsung, agar dapat menentukan masalah apa saja yang terjadi di lingkungan PT. Pos Indonesia KCU Semarang yang terdiri dari aspek omset penjualan, kualitas jasa dll. Hal ini dimaksudkan agar diperoleh data yang lebih mendekati kebenaran yaitu dengan membandingkan hasil wawancara dengan keadaan yang sebenarnya.

5.4 Studi Dokumentasi

Penelusuran data dari dokumen-dokumen instansi yang relevan dengan masalah pokok dan materi penelitian sebagai pendukung data penelitian yang tidak diperoleh dalam observasi dan wawancara. Materi yang diperlukan dalam penulisan PT. POS Indonesia KCU Semarang adalah: Data mengenai profil PT. POS Indonesia KCU Semarang mencakup: sejarah, visi, misi, tujuan, struktur organisasi, job description serta kualitas pelayanan Kantor Pos. Data mengenai hasil penjualan atau produksi mitra dalam jasa pengiriman PT. POS Indonesia KCU Semarang

5.5 Sumber Data

Data merupakan deskripsi, catatan, atau informasi tentang sesuatu atau fakta. Sumber data dikategorikan menjadi 2, yaitu Data Primer, dan Data Sekunder:

1. Data Primer

Data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama. Yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh langsung dari tempat studi kasus diambil, yakni wawancara dengan Pak Agus, selaku Asman keagenan dan beberapa pegawai di bagian Agen terkait penjualan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumber data yang pertama, melainkan melalui orang lain atau melalui dokumen. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu data kinerja POS EXPRESS KCU Semarang

5.6 Analisis Data

Analisis data dalam penulisan ini adalah menggunakan Studi Komparatif. Metode komparatif atau perbandingan adalah penelitian pendidikan yang menggunakan teknik membandingkan suatu objek dengan objek lain. Objek yang diperbandingkan dapat berwujud tokoh atau cendekiawan, aliran pemikiran, kelembagaan, manajemen maupun pengembangan aplikasi pembelajaran. Menurut Nazir (2005: 58) penelitian komparatif adalah sejenis penelitian deskriptif yang ingin mencari jawaban secara mendasar tentang sebab-akibat, dengan menganalisis faktor-faktor penyebab terjadinya ataupun munculnya suatu fenomena tertentu. Bersifat membandingkan antara dua kelompok atau lebih dari suatu variabel tertentu. Menurut Hudson (2007: 3) metode komparatif dilakukan untuk membandingkan persamaan dan perbedaan dua atau lebih fakta-fakta dan sifat-sifat objek yang diteliti berdasarkan kerangka pemikiran tertentu. Dengan menggunakan metode komparatif peneliti dapat mencari jawaban mendasar tentang sebab akibat dengan menganalisis faktor-faktor penyebab atau terjadinya suatu fenomena tertentu. Menurut Lipjhart (2007: 158) Studi komparatif berfokus pada variabel yang bersifat sistematik variable makro. Hal ini dikarenakan sistem yang bersifat lebih general dan luas apabila Tujuan menggunakan studi komparatif:

- Studi Komparatif adalah suatu metode yang layak pada banyak hal, bila metode berupa eksperimental tidak berkemungkinan dapat dilakukan.
- Memperbaiki teknik, statistik, metode, dan desain dengan mengontrol fitur parsial.

- Dapat memberikan pilihan estimasi pada parameter yang mempunyai hubungan kausal secara efektif.
- Studi Komparatif juga dapat menghasilkan informasi yang berguna mengenai tentang sifat sifat gejala yang dipermasalahkan.



BAB 6

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

6.1 Analisis

Kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam menyediakan layanan yang sesuai harapan konsumen. Untuk mengetahui kualitas pelayanan PT. Pos Indonesia di Kota Semarang, peneliti menggunakan lima dimensi kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Taufiq (2022) yaitu *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*.

1. *Tangible*

Tangible dijelaskan oleh Erlianti (2019) sebagai bukti fisik maupun aset yang dimiliki perusahaan yang dapat menunjang kelancaran aktivitas pelayanan. Dalam hal ini bukti fisik yang dimaksud adalah keberadaan sarana dan prasarana yang ada di kantor pos Kota Semarang seperti ruang kantor, pegawai, peralatan kantor dan fasilitas lainnya sehingga kegiatan pelayanan dapat berjalan dengan baik. Berikut ini beberapa kriteria untuk menilai indikator *Tangible* pada pelayanan PT. Pos Indonesia di Kota Semarang:

a. Penampilan Pegawai Kantor Pos Kota Semarang

Berkaitan dengan penampilan, pegawai di Kantor Pos Kota Semarang sudah memiliki penampilan yang rapi, menggunakan seragam sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan serta pegawai kantor pos juga menggunakan tanda pengenal. Hal ini sesuai dengan penjelasan Pak

Agus selaku ASMAN Bagian Kantor Pos Semarang yang menyatakan bahwa seluruh pegawai yang bekerja di Kantor Pos Kota Semarang telah dilatih untuk selalu memerhatikan penampilannya. Dengan adanya keberadaan pegawai yang berpenampilan rapi upaya ini diharapkan dapat membuat para konsumen merasa nyaman saat menggunakan layanan yang ada di Kantor Pos Kota Semarang. Menurut pendapat Pak Agus, penampilan pegawai yang rapi merupakan salah satu hal penting yang bisa berpengaruh dalam proses pelayanan.

Pernyataan tersebut sejalan dengan pendapat Aprilia dan Amalia selaku konsumen dan pengguna jasa di Kantor Pos Semarang yang menjelaskan bahwa para pegawai yang berkerja di kantor pos tersebut selalu terlihat rapi dan tidak berantakan. Terlebih saat pandemi Covid-19 seluruh pegawai selalu menggunakan masker dan menjalankan protokol kesehatan serta menjaga jarak.

Berdasarkan pernyataan dari beberapa narasumber di atas dapat disimpulkan bahwa dalam menunjang aktivitas pelayanannya salah satu hal yang dilakukan para pegawai di Kantor Pos Kota Semarang adalah dengan selalu menjaga penampilan. Upaya ini dilakukan untuk meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen.

b. Tempat Pelayanan Kantor Pos Kota Semarang

Untuk menunjang kenyamanan para konsumen, Anggraini et al (2021) menjelaskan bahwa penyediaan ruang kantor yang nyaman amatlah

penting dalam suatu pelayanan. Beberapa hal yang bisa disediakan oleh kantor misalnya saja ruangan ber-AC serta penyediaan ruang tunggu yang cukup dengan tempat duduk bagi para konsumen yang sedang menunggu.

Terkait dengan kenyamanan ruang kantor, Sakhila sebagai salah satu pengguna layanan menjelaskan bahwa tempat pelayanan di Kantor Pos Kota Semarang sudah terbilang nyaman. Dengan ukuran ruang tunggu yang cukup luas serta fasilitas kursi bagi konsumen yang sedang menunggu antrian. Meski demikian salah satu keluhan yang sering dirasakan oleh konsumen ialah fasilitas pendingin ruangnya yang tidak bekerja dengan baik. Sedangkan untuk lokasi, Kantor Pos Kota Semarang memiliki lokasi yang strategis. Adapula fasilitas lainnya seperti toilet bersih serta timbangan bagi para konsumen yang ingin menimbang barang.

Sejalan dengan pendapat di atas salah satu konsumen bernama Hasnah Wati juga menjelaskan fasilitas di Kantor Pos Kota Semarang kurang lengkap. Hal ini disebabkan karena pendingin ruangan atau AC di tempat tersebut tidak bekerja dengan baik. Kendala ini membuat sebagian konsumen yang harus menunggu antrian di siang hari merasa kurang nyaman. Terlebih Kota Semarang terkenal dengan cuacanya yang begitu panas.

Pernyataan di atas juga didukung penjelasan Andarayani selaku pengguna di Kantor Pos Kota Semarang, menyatakan bahwa tempat

pelayanan yang nyaman sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Terkait fasilitas, salah satu kekurangan yang dimiliki Kantor Pos Kota Semarang adalah kondisi pendingin ruangnya yang tidak bekerja dengan baik yang membuat konsumen merasa kurang nyaman ketika harus menunggu antrean yang lumayan panjang.

Dari hasil wawancara dengan beberapa konsumen yang menggunakan layanan di Kantor Pos Kota Semarang, dapat disimpulkan bahwa kantor pos tersebut belum menyediakan tempat pelayanan yang baik bagi para konsumennya. Keberadaan pendingin ruangan yang tidak berfungsi dengan baik menyebabkan beberapa pelanggan di sana merasa tidak nyaman saat sedang menunggu antrean. Dengan kata lain fasilitas di Kantor Pos Kota Semarang belum bisa memberikan kepuasan kepada konsumen.

2. *Reliability*

Alfionita dan Gunawan (2020) menjelaskan bahwa suatu layanan dari segi *reliability* (keandalan) dikatakan baik dan memadai apabila perusahaan bisa memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang ditawarkan. Dengan kata lain, layanan yang diberikan perusahaan harus terpercaya dan sesuai dengan harapan konsumen. Dalam hal ini, Kantor Pos Kota Semarang bisa dikatakan *reliability* jika mampu memberikan pelayanan tepat waktu dan konsisten sebagai upaya agar para konsumen merasa puas atas layanan yang mereka

terima. Berikut kriteria untuk mengukur *reability* pelayanan di Kantor Pos Kota Semarang:

a. Pengiriman paket

Ketepatan waktu dalam pengiriman barang merupakan hal penting yang dapat berpengaruh pada kualitas pelayanan kantor pos. Apabila pegawai tidak cakap saat melayani konsumennya hal ini akan menyebabkan masalah yang berimbas pada kurang puasny konsumen atas layanan yang mereka terima. Oleh karena itu, para pegawai yang bekerja di kantor pos harus memiliki tanggung jawab penuh khususnya bagian pengantaran barang agar barang yang dikirim tepat sesuai estimasi dan tidak mengecewakan konsumen (Wulansari & Meirinawati, 2022).

Berkaitan dengan pengiriman barang, Pak Agus selaku Asman Bagian Kantor Pos Kota Semarang mengatakan bahwa untuk menunjang kenyamanan konsumen pengantaran paket di Kantor Pos Semarang memang sangat diusahakan tepat waktu. Prosedur pengantaran paket akan dimulai dari lokasi terdekat baru kemudian pengantaran di lakukan ke tempat yang jauh. Sedangkan terkait masalah pengiriman barang yang kadang tidak tepat waktu biasanya disebabkan karena barang bisa tertukar waktu proses penyortiran. Selain itu pengiriman barang yang telat juga bisa disebabkan karena jam operasional pengantaran sudah habis yang menyebabkan barang dikirim keesokan harinya.

Sedangkan menurut Mega Pertiwi yang pernah mengirim barang lewat Kantor Pos Kota Semarang menjelaskan bahwa kendala yang sering terjadi saat mengirim barang melalui kantor pos adalah waktu pengiriman yang terkadang molor sehingga tidak sesuai dengan estimasi yang telah dijanjikan. Hal ini yang membuat konsumen merasa kecewa dan lebih memilih menggunakan layanan pengiriman yang lain.

Sejalan dengan pendapat tersebut, konsumen lain bernama Ibu Hasnawati juga mengatakan bahwa untuk mengirim barang narasumber lebih memilih jasa pengiriman lain yang memiliki estimasi pengiriman lebih cepat jika dibandingkan Kantor Pos Kota Semarang. Meski demikian narasumber juga menerangkan masih sering menggunakan layanan yang ada di kantor pos seperti membayar tagihan listrik hingga menarik uang pensiun.

Berdasarkan penjelasan dari beberapa nara sumber di atas bisa disimpulkan bahwa kecepatan pengiriman barang yang dilakukan oleh Kantor Pos Kota Semarang belum berjalan secara maksimal. Proses pengiriman barang yang tidak sesuai estimasi menunjukkan bahwa layanan yang berjalan tidak sesuai dengan prosedur SOP. Jika masalah ini terus dibiarkan, hal tersebut akan berdampak buruk pada semakin rendahnya tingkat kepuasan konsumen yang menyebabkan konsumen lebih memilih beralih ke jasa pengiriman yang lain.

b. Harga dan kesesuaian perhitungan tagihan yang diberikan kepada konsumen

Berkaitan dengan kesesuaian perhitungan tagihan dengan berat dan jarak pengiriman, Pak Agus selaku Asman Bagian Kantor Pos Kota Semarang mengatakan bahwa pihak kantor pos selalu berupaya agar tagihan sesuai dengan berat dan jarak dari barang yang harus dikirim. Kantor Pos Kota Semarang juga berupaya mengurangi biaya operasional yang dibebankan kepada konsumen untuk menjaga kestabilan dari pengeluaran yang dibutuhkan. Langkah ini juga diambil dengan tujuan agar semakin banyak konsumen yang menggunakan layanan Kantor Pos Kota Semarang.

Meskipun kepala bagian Kantor Pos Semarang mengatakan bahwa biaya yang dikeluarkan sebanding dengan kualitas layanan yang diberikan namun beberapa konsumen masih mengeluh atas layanan yang mereka terima. Contohnya saja Ibu Hasnawati selaku pengguna jasa Kantor Pos Kota Semarang mengatakan tagihan yang dibebankan kepada konsumen sudah sesuai dengan jarak dan berat dari barang yang dikirim. Pihak kantor pos terkadang juga menyediakan diskon atau pengurangan biaya. Namun karena pengiriman barang sering terlambat, hal ini menyebabkan konsumen kecewa atas layanan yang diterima.

Selain itu, Mega Pratiwi selaku konsumen lain yang pernah menggunakan layanan di Kantor Pos Kota Semarang mengeluhkan bahwa

tarif yang dibebankan pihak kantor pos kepada konsumen terbilang mahal. Misalnya, saat konsumen mengirim barang yang beratnya tidak mencapai satu kilo namun pihak kantor pos tetap menghitung barang tersebut menjadi satu kilo tanpa ada pengurangan biaya. Selain itu estimasi pengiriman yang lumayan lama semakin membuat konsumen merasa bahwa biaya yang harus mereka bayar tidak sebanding dengan layanan yang diterima.

Hal senada diutarakan oleh konsumen lain bernama ibu Lina menjelaskan bahwa biaya pengiriman barang di Kantor Pos Kota Semarang cukup mahal yang tidak sebanding dengan layanan yang diterima konsumen. Pengiriman barang yang sering terlambat membuat konsumen semakin enggan menggunakan layanan pengiriman di Kantor Pos Kota Semarang.

Dari beberapa pernyataan yang diutarakan oleh beberapa konsumen bisa ditarik kesimpulan bahwa tarif harga yang diberikan oleh Kantor Pos Semarang terbilang mahal, dan tidak sebanding dengan kualitas layanan yang diberikan. Hal ini mengingat sering terjadinya estimasi pengiriman yang molor sehingga konsumen enggan untuk menggunakan layanannya kembali dan lebih memilih jasa pengiriman yang lain.

3. Responsiviness

Responsiviness dijelaskan Hymy dan Tanoto (2019) sebagai kemampuan pegawai dalam memberikan pelayanan yang tepat dan cepat

kepada konsumen. Dalam hal ini ketepatan dan kecepatan pelayanan berkaitan dengan profesionalitas yang dimiliki pegawai di Kantor Pos Kota Semarang. Salah satu bentuk profesionalitas ditunjukkan dengan memberikan informasi yang jelas. Berikut kriteria untuk mengukur *responsiveness* pelayanan di Kantor Pos Kota Semarang:

a. Kemampuan komunikasi yang baik

Komunikasi yang baik di perlukan sebagai makhluk sosial yang selalu berhubungan dengan salah satu sarana untuk terkoneksi dengan orang-orang di sekeliling kita. Komunikasi yang baik sangat membantu untuk saling memahami satu sama lainnya, menghindari kesalahpahaman (Sugiyanto & Kurniasari, 2020).

Berkaitan dengan kemampuan komunikasi Ibu Lia selaku pengguna layanan Kantor Pos Kota Semarang mengatakan bahwa pegawai di Kantor Pos Kota Semarang kurang memiliki kemampuan komunikasi yang baik. Hal ini bisa dilihat saat pegawai tidak memberikan informasi yang jelas kepada konsumen saat pertama kali menggunakan layanan pengiriman barang. Penjelasan yang diberikan oleh pegawai membuat konsumen merasa bingung atas informasi yang diperoleh.

Sedangkan menurut Ibu Nurfatima selaku pegawai Kantor Pos Kota Semarang mengatakan bahwa komunikasi merupakan faktor penting dalam proses pelayanan. Sukses tidaknya pelayanan yang diberikan kepada konsumen salah satunya dipengaruhi oleh komunikasi. Itulah sebabnya

pegawai di Kantor Pos Kota Semarang selalu diingatkan untuk memberikan pelayanan berkualitas dengan cara menjalin komunikasi yang baik dengan para pelanggan.

Pendapat lain diutarakan oleh Ibu Hasnawati selaku pengguna layanan memperjelas bahwa para pegawai di Kantor Pos Kota Semarang sebagian memiliki komunikasi yang kaku. Meskipun tidak semuanya, namun beberapa karyawan saat ditanya oleh konsumen selalu menjawab dengan tidak jelas dan bertele-tele. Bahkan narasumber mengatakan bahwa pegawai pernah menolak pakatnya karena tidak sesuai dengan ketentuan kantor pos. Hal senada diutarakan ibu Lina yang pernah mengirim paket melalui layanan Kantor Pos Semarang menjelaskan beberapa pegawai kurang komunikatif saat melayani konsumen menyebabkan beberapa konsumen merasa bingung dengan ketentuan yang ada di kantor pos.

Dari beberapa keterangan di atas dapat disimpulkan bahwa para pegawai di Kantor Pos Kota Semarang belum memiliki kemampuan komunikasi yang baik. Tanpa adanya kemampuan komunikasi yang baik, pegawai tentunya akan kesulitan dalam menjelaskan berbagai informasi penting yang dibutuhkan oleh konsumen.

b. Pegawai cepat tanggap menangani keluhan konsumen

Keluhan yang diberikan oleh pengguna layanan adalah salah satu peluang untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan (Musa,

2022). Ketika kantor pos mendapatkan komplain, Kantor pos bisa mencari solusi yang tepat dan cepat sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan.

Berkaitan dengan cepat dan tanggap atas keluhan yang diberikan oleh konsumen, Pak Agus selaku Asman Bagian Kantor Pos Kota Semarang mengatakan bahwa konsumen diberi keleluasaan untuk mengajukan saran maupun komplain di Kantor Pos Kota Semarang. Kantor pos selaku penyedia layanan menyediakan aplikasi CCH (*Costumer Complain Henling*) yang merupakan aplikasi pengajuan saran dan komplain yang bisa diunduh di play store. Tersedia juga layanan pengajuan komplain via telepon atau bisa datang ke kantor pos yang bersangkutan. Jika pelanggan menyampaikan keluhannya secara langsung, dan permasalahan bisa ditangani hari itu juga, pelanggan tidak perlu menulis ulasan di aplikasi CCH.

Sementara itu, menurut Mega Pratiwi selaku pengguna layanan Kantor Pos Kota Semarang mengatakan bahwa pegawai di Kantor Pos Kota Semarang sangat respek atas komplain yang diajukan oleh konsumen. Sebagai contoh, saat terjadi keterlambatan pengiriman barang, pegawai langsung membantu konsumen melacak barang yang tengah dikirim. Hal yang sama dikatakan oleh Ibu Hasnawati selaku pengguna jasa yang mengatakan pegawai selalu sigap dalam menangani keluhan konsumen.

Hanya saja karena sering terjadi pengiriman yang tidak sesuai estimasi membuat banyak konsumen merasa kecewa.

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa keluhan yang sering diberikan oleh konsumen adalah keterlambatan barang. Meski demikian pihak Kantor Pos Kota Semarang menanggapi setiap keluhan maupun komplain secara baik dan profesional.

4. *Assurance*

Assurance dijelaskan oleh Tris et al (2020) sebagai kemampuan perusahaan dalam memberikan jaminan atas layanan yang diberikan kepada konsumen. Dalam hal ini contoh jaminan yang dapat diberikan pihak kantor pos bisa berbentuk jaminan ganti rugi kepada konsumen hingga menyediakan lingkungan pelayanan yang aman. Berikut kriteria untuk mengukur *Assurance* pelayanan di Kantor Pos Kota Semarang.

a. **Adanya jaminan ganti rugi yang diberikan kepada konsumen**

Berkaitan dengan jaminan ganti rugi kepada pengguna layanan, pak Agus selaku Asman Bagian Kantor Pos Kota Semarang mengatakan bahwa kantor pos menyediakan jaminan kerusakan barang berupa HTNB (Harga Tanggungan Nilai Barang). Jaminan tersebut berfungsi sebagai asuransi jika barang yang dikirim mengalami kerusakan, hilang atau terjadi hal buruk lainnya. Adapun biaya ganti rugi untuk barang yang hilang atau mengalami kerusakan memiliki perhitungan yang berbeda-beda sesuai dengan kebijakan kantor pos.

Lebih lanjut Pak Agus menjelaskan pemberian jaminan merupakan salah satu bentuk tanggung jawab yang diberikan oleh Kantor Pos Kota Semarang kepada para pelanggan. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan sehingga tercipta kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Dengan adanya tingkat kepuasan konsumen yang semakin tinggi, upaya ini diharapkan dapat menarik semakin banyak konsumen untuk menggunakan layanan Kantor Pos Kota Semarang.

Adapun menurut Mega Pratiwi pengguna layanan Kantor Pos Kota Semarang mengatakan bahwa memang benar pihak kantor pos memberikan ganti rugi untuk barang yang hilang maupun rusak. Hanya saja untuk masalah keterlambatan pengiriman barang tidak ada kompensasi. Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa kantor pos memberikan kompensasi untuk kerusakan barang. Namun untuk masalah keterlambatan pengiriman, para konsumen tidak akan menerima kompensasi.

b. Kenyamanan lingkungan

Keamanan lingkungan dijelaskan Tris et al (2020) sebagai salah satu faktor yang dapat mendukung layanan yang diberikan semakin berkualitas. Saat perusahaan berhasil memberikan lingkungan yang nyaman bagi konsumennya, tingkat kepuasan akan semakin meningkat.

Berkaitan dengan keamanan lingkungan dan gudang pos, Ibu Hasnawati selaku pengguna layanan Kantor Pos Kota Semarang menerangkan bahwa manajemen kantor pos belum menyediakan keamanan

secara maksimal. Hal ini disebabkan karena belum adanya pihak keamanan seperti *security*. Mengingat Kantor Pos Kota Semarang menyediakan layanan transaksi keuangan ada baiknya jika pihak pengelola meningkatkan keamanan lingkungannya.

Sejalan dengan pernyataan di atas, Mega Pratiwi selaku pengguna layanan Kantor Pos Kota Semarang mengatakan bahwa selama mengambil dana pensiun di kantor pos, narasumber menerangkan jika tidak pernah menjumpai pihak keamanan maupun saat menggunakan layanan di Kantor Pos Kota Semarang. Dengan adanya permasalahan ini bisa dikatakan jika keamanan di Kantor Pos Kota Semarang masih kurang terjamin.

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa lingkungan yang ada di Kantor Pos Kota Semarang belum terjaga secara ketat karena tidak ada bagian keamanannya untuk mengamankan lingkungan..

5. *Empathy*

Empathy dijelaskan oleh Sugiyanto dan Kurniasari (2020) sebagai kemampuan pegawai dalam menunjukkan kepedulian dan perhatiannya kepada konsumen. Sikap empati yang ditunjukkan pegawai akan membuat konsumen merasa bahwa dirinya diperhatikan dengan baik dan akan meningkat kepuasan konsumen. Perwujudan dari sikap ini bisa berupa sikap pegawai yang ramah saat melayani konsumen, membantu konsumen yang kesulitan serta hal lain yang berkaitan dengan pelayanan lembaga. Untuk mengukur dimensi *Empathy*

dalam upaya mengetahui kualitas pelayanan jasa di kantor pos dapat diukur melalui kriteria sebagai berikut:

a. Pegawai yang ramah dan sopan

Keramahan pegawai merupakan hal penting dalam proses pelayanan. Sesrianty et al (2019) menjelaskan perusahaan yang memiliki pegawai ramah akan mendorong pengguna memberikan ulasan positif. Hal ini disebabkan karena konsumen memiliki kecenderungan menyukai tempat pelayanan yang di dalamnya terdapat pegawai-pegawai yang ramah. Dengan adanya pegawai yang ramah dan sopan, layanan yang diberikan akan semakin berkualitas.

Berkaitan dengan aspek keramahan, Pak Agus selaku Asman Bagian Kantor Pos Kota Semarang mengatakan bahwa Kanyor Pos Kota Semarang selalu berkomitmen untuk memberikan layanan yang dibutuhkan masyarakat luas. Salah satu upaya yang dilakukan oleh pihak kantor pos ialah dengan menyediakan pegawai yang ramah sehingga kenyamanan konsumen akan tetap terjaga.

Sedangkan menurut Sakila selaku pengguna layanan Kantor Pos Kota Semarang menuturkan bahwa pegawai di Kantor Pos Kota Semarang selalu bersikap ramah kepada konsumen. Hal ini ditunjukkan dengan sikap pegawai yang menyapa para konsumen serta membantu menyediakan alat *packing* bagi konsumen yang belum mengepak barang yang ingin dikirim.

Hal senada diutarakan oleh Ibu Hasnawati selaku pengguna layanan Kantor Pos Kota Semarang yang menjelaskan bahwa narasumber sering menggunakan banyak layanan di Kantor Pos Kota Semarang seperti membayar tagihan listrik dan BPJS. Menurutnya para pegawai di kantor pos tersebut memiliki sikap yang ramah sehingga membuat konsumen merasa nyaman. Hanya saja kekurangan yang dimiliki pegawai di Kantor Pos Kota Semarang adalah kemampuan komunikasi yang kurang bagus yang menyebabkan informasi yang disampaikan kepada konsumen tidak tersalurkan dengan baik dan menjadi tidak jelas.

Dari beberapa pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa Kantor Pos Kota Semarang berusaha memberikan pelayanan terbaik bagi para konsumennya. Hal ini dibuktikan dengan adanya pegawai yang ramah saat melayani para pengguna jasa. Namun demikian, terdapat pegawai yang memiliki kemampuan komunikasi kurang baik sehingga menyebabkan konsumen merasa tidak paham dengan informasi yang diberikan oleh pegawai tersebut.

b. Adanya saluran komunikasi bagi para konsumen

Saluran komunikasi adalah alat atau media yang dapat dimanfaatkan oleh individu-individu atau kelompok serta organisasi yang berkomunikasi untuk menyampaikan pesan-pesan mereka. Saluran ini dianggap sebagai

penerus/penyampai pesan yang berasal dari sumber informasi kepada tujuan informasi.

Berkaitan dengan tersedianya saluran komunikasi, Ibu Hasnawati selaku pengguna layanan Kantor Pos Kota Semarang mengatakan bahwa kantor pos menyediakan beberapa saluran komunikasi seperti kontak telepon, whatsapp dll. Hal ini memudahkan konsumen untuk mengetahui biaya pengiriman maupun melacak paket atau barang yang dikirim konsumen.

Pengguna lain yang pernah menggunakan layanan kantor Pos Semarang bernama Mega Pratiwi juga menjelaskan bahwa salah satu kelebihan dari layanan Kantor Pos Kota Semarang adalah saluran komunikasinya yang lancar. Hal ini akan memudahkan para konsumen menghubungi pihak kantor pos jika terjadi kendala.

Dari beberapa penuturan nara sumber dapat disimpulkan bahwa kantor pos menyediakan saluran komunikasi yang lancar bagi para pengguna jasa. Dengan adanya layanan ini pengguna bisa menghemat waktu maupun biaya yang perlu dikeluarkan.

6.2 Pembahasan

1. *Tangible*

Berdasarkan hasil wawancara, kualitas layanan yang ditinjau dari dimensi *tangible* belum sepenuhnya tercapai di Kantor Pos Semarang. Hal ini dibuktikan dengan adanya fasilitas yang belum memadai seperti

pendingin ruangan atau AC yang tidak dapat berfungsi dengan baik sehingga pengguna layanan yang datang pada siang hari akan merasa kepanasan yang membuat pengguna tidak merasa nyaman dengan fasilitas yang disediakan. Ardiputra (20220) menjelaskan bahwa layanan *tangible* dikatakan baik jika suatu perusahaan dapat menyediakan sarana dan prasarana yang dibutuhkan oleh para konsumennya. Hal ini disebabkan karena bukti fisik dan kemampuan sarana dan prasarana sangat berpengaruh terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Sejalan dengan pendapat tersebut, penelitian Sofiati et al (2018) juga menjelaskan bahwa keberadaan fasilitas yang baik adalah salah satu unsur utama untuk mendukung kegiatan yang diberikan kepada masyarakat. Penelitian tersebut juga menjelaskan bahwa adanya sarana dan prasarana yang baik dapat meningkatkan kepuasan yang didapatkan oleh para konsumen.

2. *Reliability*

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh kesimpulan bahwa pengguna layanan belum merasa puas atas pelayanan yang ada di Kantor Pos Kota Semarang karena pengiriman barang/paket tidak dilakukan dengan tepat waktu dan tidak sesuai dengan SOP. Penelitian Kasmad et al (2023) menjelaskan bahwa suatu layanan dari segi *reliability* dikatakan baik apabila perusahaan bisa memberikan pelayanan sesuai dengan janji ditawarkan. Dengan kata lain, layanan yang diberikan perusahaan harus terpercaya dan sesuai dengan harapan konsumen. Namun pada

kenyataannya Kantor Pos Kota Semarang sering kali mengalami kendala pengiriman barang yang membuat banyak konsumen merasa kecewa.

3. *Responsiviness*

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa Kantor Pos Kota Semarang cepat tanggap atas keluhan yang dirasakan konsumennya. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat *Responsiviness* yang dimiliki Kantor Pos Kota Semarang tergolong baik. Meski demikian beberapa pegawai belum memiliki kemampuan komunikasi yang baik yang menyebabkan konsumen terkadang bingung jika mendapatkan informasi dari para pegawai. Penelitian Hymy dan Tanoto (2019) menjelaskan dimensi *responsiviness* dikatakan baik jika perusahaan mampu menyediakan pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan para konsumennya. Hal ini sejalan dengan penelitian Aprilia et al (2020) yang menjelaskan bahwa perusahaan memiliki *responsiviness* yang baik apabila cepat tanggap akan pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

4. *Assurance*

Berdasarkan hasil wawancara yang sudah dilakukan diperoleh kesimpulan bahwa masyarakat kurang puas dengan pelayanan yang ada karena pegawai Kantor Pos tidak segera mengatasi kesalahan keterlambatan yang sering terjadi. Meskipun kantor pos memberikan jaminan ganti rugi untuk barang rusak dan hilang, tidak ada kompensasi untuk keterlambatan pengiriman barang. Keadaan lingkungan yang ada di kantor pos juga belum

bisa dikategorikan aman karena tidak memiliki bagian. Terlebih kantor pos menyediakan layanan berupa pembayaran tagihan dan penarikan dana pensiun. Mutmainnah (2017) menjelaskan bahwa *assurance* merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan jaminan kepada konsumen atas layanan yang diberikan. Jika perusahaan mampu memberikan jaminan pelayanan yang berkualitas hal tersebut dapat meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen. Pendapat serupa diutarakan oleh Sofiati et al (2018) yang menjelaskan bahwa *assurance* merupakan kemampuan pegawai dalam meningkatkan rasa kepercayaan konsumen kepada perusahaan.

5. *Emphaty*

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh dari Kantor Pos Kota Semarang dalam hal ini masyarakat sudah merasa puas karena telah memberikan pelayanan sesuai dengan harapan para pengguna. Bentuk *emphaty* yang ditunjukkan oleh pihak kantor pos dengan menyediakan saluran komunikasi yang mudah untuk dihubungi sehingga para konsumen dapat mengajukan saran maupun komplain bisa terjadi masalah. Selain itu bentuk empati para karyawan kepada konsumen ditunjukkan dengan bersikap sopan serta membantu keperluan para konsumen seperti menyediakan alat packing untuk mengepak barang. *Emphaty* sendiri dijelaskan oleh Kasmad et al (2023) sebagai tolak ukur seberapa besar upaya perusahaan dalam memberikan perhatian kepada konsumennya.

Kemampuan perusahaan dalam memahami kebutuhan dan keinginan konsumen juga menjadi salah satu bentuk perhatian yang diberikan perusahaan kepada pelanggan. Semakin besar empati yang ditunjukkan kepada konsumen, semakin besar perasaan puas yang dirasakan kepada konsumen.

6. Harga

Berdasarkan hasil wawancara yang sudah dilakukan, kualitas pelayanan Kantor Pos Semarang yang ditinjau dari segi harga masih terbilang kurang memuaskan. Hal ini dibuktikan dengan adanya pengakuan beberapa konsumen yang merasa jika harga yang harus mereka bayar tidak sesuai dengan kualitas layanan dari pihak kantor pos. Terlebih seringnya keterlambatan pengiriman barang membuat tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen semakin rendah, sehingga menyebabkan beberapa konsumen merasa bahwa harga yang ditawarkan kantor pos terbilang mahal. Agustian dan Mutiara (2023) menjelaskan bahwa penentuan harga atas layanan atau produk merupakan hal penting bagi suatu perusahaan. *Low-cost leadership* merupakan suatu strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan kepuasan para konsumen. Caranya dengan menyediakan produk atau layanan dengan harga bersaing yang bisa diterima oleh para konsumen. Jika kualitas dari layanan yang diberikan sebanding dengan harga yang perlu dikeluarkan, konsumen tentunya tidak akan merasa keberatan. *Low-cost leadership* atau pemberian biaya rendah

untuk layanan yang ditawarkan dapat dilakukan dengan cara mengefisienkan biaya yang perlu dikeluarkan. Beberapa cara yang bisa dilakukan misalnya, memilih pegawai yang kompeten dan berpengalaman, pengendalian biaya *overhead* yang baik, hingga meminimalkan biaya-biaya yang seharusnya tidak perlu dikeluarkan oleh perusahaan.



BAB 7

KESIMPULAN DAN SARAN

7.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan yang ditinjau dari dimensi *tangible* belum sepenuhnya tercapai di Kantor Pos Semarang. Hal ini bisa dilihat dari fasilitas pendingin ruangan yang tidak bekerja dengan baik yang membuat konsumen merasa tidak nyaman. Meski demikian pegawai di Kantor Pos Kota Semarang selalu berusaha berpenampilan rapi demi menunjang kualitas pelayanan yang diberikan.
2. Kualitas layanan yang ditinjau dari dimensi *reliability* menunjukkan bahwa belum sepenuhnya dilaksanakan oleh Kantor Pos Kota Semarang. Hal ini terjadi karena pihak kantor pos sering kali mengalami keterlambatan pengiriman barang yang menyebabkan banyak konsumen merasa kecewa.
3. Ditinjau dari dimensi *responsiveness*, kinerja Kantor Pos Kota Semarang sudah terbilang baik. Hal ini ditunjukkan dengan sikap tanggap karyawan atas keluhan yang dirasakan konsumen.
4. Ditinjau dari dimensi *assurance*, kinerja Kantor Pos Kota Semarang masih terbilang rendah. Hal ini disebabkan beberapa konsumen merasa lingkungan kantor pos kurang aman karena tidak adanya pihak keamanan.

5. Ditinjau dari dimensi *emphaty* kinerja Kantor Pos Kota Semarang sudah terbilang naik. Hal ini dibuktikan dengan sikap pegawai yang selalu ramah dan sopan kepada konsumen serta beradaan saluran komunikasi yang memudahkan konsumen terhubung dengan pihak kantor pos.
6. Kualitas layanan Kantor Pos Kota Semarang ditinjau dari harga masih belum memuaskan. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya keluhan dari konsumen yang emrasa bahwa harga yang dibebankan tidak sebanding dengan layanan yang diterima.

7.2 Saran

1. Pihak Kantor Pos Kota Semarang harus dapat memberikan pelayanan yang baik khususnya bagian pengantaran barang/paket memberikan pelayanan yang maksimal pada pengguna layanan, yakni dengan cara meningkatkan kedisiplinan ketika melaksanakan tugasnya dan lebih ditingkatkan lagi kinerja demi tercapainya pelayanan yang memuaskan bagi pengguna layanan.
2. Pihak Kantor Pos bisa memberikan jaminan ganti rugi atas keterlambatan yang sering terjadi agar tidak akan terulang kembali kesalahan yang sama yang merugikan pihak pengguna jasa.
3. Pihak Kantor Pos Kota Semarang bisa menambahkan bagian keamanan lingkungan untuk mengamankan atau menjaga situasi yang ada di Kantor Pos Kota Semarang karena bagian keamanan lingkungan sangat berperan penting untuk pengamanan fisik apabila terjadi ancaman dan gangguan keamanan dan menjaga ketertiban lingkungan Kantor Pos Kota Semarang.



DAFTAR PUSTAKA

Along, A. (2020). Kualitas Layanan Administrasi Akademik di Politeknik Negeri Pontianak.

Jurnal Ilmiah Administrasi Publik, 006(01), 94–99.

<https://doi.org/10.21776/ub.jiap.2020.006.01.11>

Andi Riyanto. (2018). Kepuasan Pelanggan. *Kepuasan Pelanggan*, 10–27.

Andini. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keberlangsungan Usaha. *Universitas Internasional Batam UIB Repository*, 2017, 5–24.

Moenir, 1995. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.

Putri, K & Nurcaya, I. (2013). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan D&I Skin Centre Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 2(8), 247815.

Utomo, B. P., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., & Surakarta, U. M. (2020). *Analisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Alfamidi Universitas Muhammadiyah Surakarta*.

Vera Octavia. (2016). *Kualitas Pelayanan di Kantor Pos Cabang Cikampek Kota Karawang*.

Zamrodah, Y. (2016). 濟無 *No Title No Title No Title*. 15(2), 1–23.

- Agustian, E., & Mutiara, I. (2023). *Penerapan Strategi Generik Porter untuk peningkatan persaingan Bisnis Rich Fried Chicken di Kota Jambi*. 4(1), 25–35.
- Alfionita, M., & Gunawan, I. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Masyarakat Di Kantor Kecamatan Jayanti*. 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.47080/progress.v3i1.761>
- Anggraini, R., Hernimawati, & Marlinda, P. (2021). *Peningkatan Kualitas Pelayanan Kepolisian Dalam Upaya Menangani Pengaduan Masyarakat Pada Polsek Lima Puluh Kota Pekanbaru*. 19(1), 49. <https://doi.org/10.46730/jiana.v19i1.7963>
- Aprilia, S. B., Ati, N. U., & Sekarsari, R. W. (2020). *Analisis Kualitas Pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum (Pdam) Kecamatan Dampit Dalam Menanggapi Pengaduan Masyarakat Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Desa Pamotan, Ubalan, Dawuhan Kecamatan Dampit Kota Malang)*. 14(5), 1–13.
- Ardiputra, E. (2022). *Aspek Tangible Pada Pelayanan Jasa Pos Di Kantor Pos Cabang Pasangkayu 91571*. 6(2), 1–14.
- Erlianti, D. (2019). *KUALITAS PELAYANAN PUBLIK*. 1(1), 9–18. <http://ejournal.stia-ik-dumai.ac.id/index.php/japabis>
- Hendriyansyah, Irawati, I., Puspaningrum, & Hidayaturrehman, M. (2022). *Kualitas Pelayanan Transportasi Wilayah Kepulauan Kota Sumenep (Studi PT. Sumekar dan PT. Angkutan Sungai, Danau, dan Penyeberangan Kota Sumenep)*. 17(1), 26–45.
- Hymy, B., & Tanoto, S. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT Hastaco Tour and Travel*. 7(1), 1–10.
- Kasmad, Salmi, & Runi, I. (2023). *Pelayanan Air Bersih Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Mangkaluku Di Kota Palopo*. 6(April), 23–30.
- Musa, H. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Kesehatan Terhadap Kepuasan Pasien Pada Klinik Citra Utama Palembang*. 1(1), 9–21.

- Mutmainnah. (2017). *Pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah*. *10*(2), 201–216.
- Sesrianty, V., Machmud, R., & Yeni, F. (2019). *Analisa Kepuasan Pasien Terhadap Mutu Pelayanan Keperawatan*. *6*(2), 116–126.
<https://doi.org/10.33653/jkp.v6i2.317>
- Sofiati, I., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2018). *Dampak Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Impact Of Service Quality On Consumer Loyalty*. *8*(2), 244–259.
- Sugiyanto, E. K., & Kurniasari, F. (2020). DIMENSI KUALITAS PELAYANAN SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Pelanggan Hotel X Semarang). **, *3*(2), 112–125.
<https://doi.org/10.24176/bmaj.v3i2.5372>
- Taufiq, M. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Pasien Rawat Inap Di Rumah Sakit Umum Daerah Andi Makkasar Parepare*. *3*(1), 83–92.
<https://doi.org/10.52103/jmch.v3i1.671>JournalHomepage:<https://pasca-umi.ac.id/index.php/jmch/about>
- Tris, T. P., Lanin, D., & Mubarak, A. (2020). *Pelaksanaan Kualitas Pelayanan Kesehatan Di Puskesmas Sitiung Kecamatan Sitiung Kota Dharmasraya*. *1*(3), 51–55. <https://doi.org/10.24036/jmiap.v1i3.48>
- Wulansari, N., & Meirinawati, M. (2022). *Kualitas Pelayanan Pengiriman Pos Kilat Khusus Di Pt Pos Kebonrojo Surabaya*. *Publika*, *1*(1), 457–470.
<https://doi.org/10.26740/publika.v10n2.p457-470>