

KUALITAS PELAYANAN PENGIRIMAN POS KILAT KHUSUS DI PT. POS INDONESIA KEBONROJO SURABAYA

Nurlita Wulansari

S1 Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya
nurlita.18103@mhs.unesa.ac.id

Meirinawati

S1 Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya
meirinawati@unesa.ac.id

Abstrak

Saat ini, pelayanan publik yang sering digunakan adalah pelayanan jasa berupa jasa titipan. Penyelenggara jasa titipan adalah kegiatan yang dilakukan untuk menerima, membawa, atau menyampaikan surat pos jenis tertentu, paket, dan uang dari pengirim kepada penerima dengan memungut biaya. PT. Pos Indonesia adalah salah satu Badan Usaha Milik Negara di bidang jasa layanan pengiriman barang/kurir. Didapati keluhan pada jasa pengiriman pos kilat khusus dengan estimasinya adalah dua hari saja namun hingga lebih dua hari belum sampai ke alamat tujuan. Tujuan penelitian adalah mendeskripsikan kualitas pelayanan pengiriman pos kilat khusus PT. Pos Indonesia Kebonrojo Surabaya. Jenis penelitiannya adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, studi dokumentasi, serta studi kepustakaan yang diproses untuk menghasilkan jawaban. Teknik analisis data meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Hasil penelitian dianalisis menggunakan lima dimensi kualitas pelayanan Kotler dan Keller (2016) yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Dimensi bukti fisik, fasilitas yang ada di dalam ruangan sudah terpenuhi. Dimensi kehandalan, pegawai mampu memberikan dan mewujudkan pelayanan yang dijanjikan secara tepat waktu dan dapat dipercaya. Dimensi daya tanggap, pegawai mampu menciptakan komunikasi dengan baik dan sikap cepat dan tanggap yang diberikan pegawai membuat konsumen percaya dan setia terhadap jasa layanan. Dimensi jaminan, konsumen mendapatkan jaminan yang sesuai dengan SOP. Dimensi empati, konsumen merasa sangat terbantu dengan pelayanan yang diberikan. Tetapi sebaiknya pegawai menggunakan tanda pengenal, memperhatikan protokol kesehatan, dan memberikan nomor antrian.

Kata Kunci: Pelayanan Publik, Kualitas Pelayanan, Pengiriman Pos Kilat Khusus

Abstract

Currently, public services that are often used are services in the form of deposit services. Deposit service providers are activities carried out to receive, carry, or deliver certain types of postal letters, packages, and money from the sender to the recipient at a fee. PT. Pos Indonesia is one of the State-Owned Enterprises in the field of freight/courier services. Complaints were found on the special express post delivery service with an estimate of only two days but up to more than two days it had not yet arrived at the destination address. The purpose of the study was to describe the quality of express mail delivery services specifically for PT. Pos Indonesia Kebonrojo Surabaya. This type of research is descriptive qualitative. Data collection techniques are through observation, interviews, documentation studies, and literature studies which are processed to produce answers. Data analysis techniques include data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions or verification. The results of the study were analyzed using five dimensions of service quality by Kotler and Keller (2016), namely physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy. Dimensions of physical evidence, the existing facilities in the room have been met. Dimensions of reliability, employees are able to provide and deliver the promised services in a timely and reliable manner. Dimensions of responsiveness, employees are able to create good communication and the fast and responsive attitude given by employees makes consumers trust and be loyal to services. Dimensions of guarantee, consumers get a guarantee in accordance with the SOP. Dimensions of empathy, consumers feel very helped by the services provided. But it is better for employees to use identification, pay attention to health protocols, and provide queue numbers.

Keywords: Public Service, Service Quality, Special Express Post Delivery

PENDAHULUAN

Fungsi pelayanan masyarakat (*Public Service Function*) adalah salah satu fungsi utama pemerintah. Dalam penyelenggaraan pelayanan publik mutlak diperlukan kehadiran birokrasi. Pemerintah wajib menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat banyak, baik melalui birokrasinya maupun

melalui Badan Usaha Milik Negara (BUMN) (Warsono, Qurniawati, Sitorus, dan Fajar, 2018).

Pelayanan publik dapat disimpulkan sebagai pemberian layanan keperluan orang atau masyarakat yang memiliki kepentingan pada organisasi itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan. Salah satu jenis pelayanan publik adalah pelayanan jasa. Saat ini, pelayanan jasa yang sering digunakan berupa jasa

pengiriman barang. Tidak terlepas dari perkembangan revolusi 4.0. Perkembangan perusahaan jasa pengiriman semakin meningkat kebutuhannya dan mengalami banyak kemajuan (Perdana dan Hidayat, 2019).

Menurut Lupiyoadi (2014) menyatakan bahwa Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain. Pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak. Karakter jasa menurut Tjiptono (2006) dibagi menjadi empat yaitu tidak berwujud, tidak dapat dipisahkan, bervariasi, dan daya tahan.

Berdasarkan Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia tahun 2005 tentang penyelenggaraan jasa titipan menimbang bahwa sifat umum dari penyelenggara jasa titipan adalah memperhatikan pengoperasian pelayanan yang benar dan dapat dipertanggungjawabkan perusahaan yang bergerak di dalam jasa pengiriman barang yang digunakan untuk menunjang kelancaran pendistribusian arus barang dan jasa dalam mendukung persaingan yang sehat, menjaga konsistensi peraturan penyelenggaraan jasa titipan dalam melindungi kepentingan pengguna jasa, menjamin perkembangan industri perposan, kenyamanan masyarakat dan mendukung kesejahteraan masyarakat (Lisnawati, 2018).

Penyelenggara jasa titipan adalah kegiatan yang dilakukan untuk menerima, membawa, atau menyampaikan surat pos jenis tertentu, paket, dan uang dari pengirim kepada penerima dengan memungut biaya. Dalam Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia tahun 2005 juga mengatur tentang tanggung jawab penyelenggara jasa titipan terhadap barang yang diterima, dibawa, maupun dikirimkan. Penyelenggara jasa titipan dapat dilakukan oleh Badan Hukum Indonesia. Maka dari itu penyelenggaraan pengiriman barang maupun jasa titip dapat lebih terjamin untuk sampai pada alamat tujuan.

Studi yang dilakukan oleh Morash et al. (1996) adalah studi yang dikembangkan oleh Fawcett dkk. (1997) yang menunjukkan bahwa kemampuan logistik yang menggabungkan kecepatan pengiriman dan keandalan bersama dengan fleksibilitas dan daya tanggap adalah komponen kunci dari layanan logistik untuk mendapatkan kepuasan pelanggan (Fernandes, Moori, dan Filho, 2018).

Meningkatnya penggunaan jasa layanan pengiriman ini dapat dilihat dari permintaan konsumen yang sering melakukan pembelian secara *online*. Tentu saja permintaan yang semakin tinggi dapat mempengaruhi minat penggunaan jasa pengiriman barang menjadi kebutuhan sangat diperlukan oleh konsumen yang ingin serba praktis.

Sehingga banyak perusahaan swasta yang memasuki pasar jasa pengiriman barang untuk bersaing dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan banyaknya perusahaan swasta yang juga bergerak di bidang jasa pengiriman sebagai pesaing baru membuat persaingan perusahaan jasa pengiriman sejenis untuk berlomba menyediakan inovasi maupun kualitas pelayanan yang terbaru dan terbaik. Hal ini menghadapkan konsumen pada berbagai pilihan pembelian jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginannya (Wijayanti, 2019).

Di Indonesia terdapat beberapa perusahaan besar yang bergerak pada jasa pengiriman, misalnya PT. Pos Indonesia. PT. Pos Indonesia adalah salah satu Badan Usaha Milik Negara yang bergerak di bidang jasa layanan pengiriman barang atau kurir. Pos Indonesia sebagai pemain *lawas* di industri kurir dan lebih dulu dikenal masyarakat seharusnya mampu mempertahankan kepercayaan konsumen dan meningkatkan kualitas pelayanan (Regata dan Kusumadewi, 2018).

Tabel 1. Perbandingan Jumlah Konsumen Berbagai Jasa Pelayanan Pengiriman di Indonesia

Brand	Tahun		
	2019	2020	2021
JNE	26.4%	27.3%	33.4%
J&T	20.3%	21.3%	28.0%
Tiki	12.6%	10.8%	11.2%
Pos Indonesia	5.4%	7.7%	8.5%
DHL	3.8%	4.1%	6.0%

Sumber: Top Brand Index Indonesia Tahun 2019-2021

Kualitas pelayanan dianggap sebagai kunci yang memegang peranan penting dalam melakukan transaksi baik penggunaan jasa maupun barang secara langsung maupun tidak langsung. Proses transaksi diharapkan dapat membuat konsumen mendapatkan kepuasan dan komitmen. Komitmen yang dimaksud adalah konsumen akan bertransaksi pada jasa atau barang secara terus menerus (Sari, Sumaryo, & Mugiono, 2018).

Kualitas merupakan sesuatu berupa barang dan jasa yang diberikan penyedia pelayanan dengan terpenuhinya persyaratan serta dapat memenuhi kebutuhan dan harapan penggunaannya (Oktariyanda dan Meirinawati, 2017).

Secara tradisional, penyampaian layanan dianggap sebagai pertemuan orang ke orang atau penyampaian layanan yang dilakukan antara pembeli dan penjual yang

dapat digambarkan sebagai interaksi yang berorientasi pada tujuan (Solomon *et al.*, 1985) .

Dengan demikian keberhasilan pelayanan terletak pada kualitas pengalaman layanan subjektif. Hal ini menunjukkan bahwa baik peran layanan yang dilakukan oleh karyawan dengan peran yang dilakukan oleh pelanggan akan berbeda. Hubungan antara kepuasan layanan akan terkait dengan tingkat sebuah peran tersebut dibuat sesuai dengan skrip layanan yaitu kesesuaian antara yang diharapkan dan perilaku yang dirasakan. Dimana penyimpangan dari skrip akan menjadi positif atau negatif pengalaman layanan (Furunes dan Mkono, 2019).

Meningkatnya kualitas pelayanan dapat dilihat dari kepercayaan, reputasi, dan kesetiaan. Begitu juga dengan PT. Pos Indonesia yang hingga sekarang mampu bersaing dengan persaingan yang dilakukan secara global dan terus memunculkan inovasi-inovasi pada perkembangan teknologi revolusi 4.0 (Rahmayanti, 2020).

Dalam perkembangan pelayanan publik masyarakat tidak diposisikan hanya sebagai konsumen atau pelanggan saja, melainkan masyarakat ikut terlibat dalam urusan pengambilan keputusan. Keikutsertaan masyarakat dalam setiap pengambilan keputusan memungkinkan untuk penyedia layanan publik lebih responsif. Jadi, hubungan antara pemerintah dengan masyarakat saling berkontribusi demi terselenggaranya birokrasi yang berkualitas (Vipriyanti dan Meirinawati, 2021).

Sejak awal berdiri pada tahun 1746 dan sempat berjaya di masa keemasan tahun 1970 hingga 1980-an. Hingga sekarang PT. Pos Indonesia bisa tetap bertahan dan memiliki 4.850 kantor pos merupakan sebuah perjuangan untuk mendapatkan kepercayaan dan kesetiaan dari konsumen. Sedangkan, saat ini PT. Pos Indonesia di Kota Surabaya memiliki kurang lebih 45 cabang. Dari banyaknya cabang, terdapat kantor yang memang fokus kepada pemberian pelayanan dan kantor yang berfokus pada pendistribusian barang yang akan dikirimkan ke alamat tujuan. PT. Pos Indonesia Kebonrojo Surabaya merupakan salah satu kantor pos besar yang berada di Kota Surabaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat antar wilayah maupun negara yang menjadi kantor pos yang berfokus pada pemberian layanan.

Kantor Pos Kebonrojo Surabaya disebut dengan kantor pos besar yang juga merupakan kantor pos pusat dan terbesar di Surabaya sebagai Kantor Pos Pemeriksa atau disebut KPRK. Berdirinya PT. Pos Indonesia Kebonrojo Surabaya tidak terpisahkan dari pembangunan Kota Surabaya juga termasuk dalam perkembangan kegiatan pos.

Dalam Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika (2016) bahwa penyelenggara pos adalah PT. Pos Indonesia (Persero) yang menjamin terselenggaranya layanan pos

universal di seluruh wilayah NKRI dalam melaksanakannya penyelenggara pos wajib mematuhi tolok ukur yaitu aspek operasional, aspek keuangan, dan aspek sarana prasarana. PT. Pos Indonesia merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang layanan pos. Saat ini, bentuk badan usaha Pos Indonesia merupakan Perseroan Terbatas (PT) sehingga lebih sering disebut sebagai PT. Pos Indonesia.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia (1995) tentang pengalihan bentuk awal Pos Indonesia yang berupa Perusahaan Umum (Perum) menjadi sebuah Perusahaan (Persero). Tujuannya adalah agar PT. Pos Indonesia dapat lebih fleksibel dan dinamis sehingga dapat menjadi lebih baik dalam melayani masyarakat dan menghadapi persaingan dunia bisnis yang semakin ketat persaingannya. PT. Pos Indonesia merupakan perusahaan publik yang ditugaskan untuk menyelenggarakan usaha jasa dan giro sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Dalam pelaksanaan pelayanan PT. Pos Indonesia membagi wilayah menjadi 11 divisi regional dalam pengoperasiannya. Cabang Kota Surabaya meliputi Provinsi Jawa Timur merupakan divisi VII. Cabang Kota Surabaya sendiri memiliki 52 KPC dengan masing-masing pegawai loket berjumlah 2 orang. Sedangkan pegawai loket untuk kantor pos Kebonrojo adalah 16 sampai 32 pegawai karena terdapat 16 loket dan terbagi menjadi 3 shift yaitu shift pagi, *middle* dan malam. Diantaranya terdapat 11 loket untuk transaksi jasa pelayanan pengiriman. Untuk jam operasional pelayanan kantor pos sendiri adalah pukul 07.00-20.00.

Dalam kegiatannya, PT. Pos Indonesia (Persero) menawarkan berbagai layanan jasa pengiriman surat, dokumen, uang, barang, dan paket. Prospek pengiriman yang baik dimiliki oleh salah satu pelayanan jasa berupa barang dan paket. Namun munculnya perusahaan pesaing yang sejenis membuat PT. Pos Indonesia kalah saing dan kehilangan pangsa pasar. Tetapi PT. Pos Indonesia masih tetap bertahan dalam pasar dan bersaing secara kompetitif. Adapun penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan kualitas pelayanan pengiriman pos kilat khusus PT. Pos Indonesia Kebonrojo Surabaya (Farokha dan Syafi'i, 2015).

Terdapat beberapa produk pelayanan yang adadi PT. Pos Indonesia Kebonrojo Surabaya yang memiliki tujuan pengiriman lokal, pengiriman luar negeri, dan jasa keuangan. Berikut diantaranya pengiriman paket lokal yaitu pos express, pos kilat khusus, pos instan plus, pos instan *sameday*, *q9 sameday service*, paket pos jumbo ekonomi, serta paket pos standar dalam negeri integrasi logistik. Terdapat paket pengiriman luar negeri yang berupa paket ekspor, paket ems (*express mail service*), surat tercatat, paket biasa luar negeri, dan paket udara luar

negeri. Beberapa produk tersebut berkembang seiring banyak munculnya permintaan dan kebutuhan konsumen dalam mengirim barang, dokumen, maupun uang.

Untuk meminimalisir perpindahan konsumen terhadap jasa pelayanan yang lain, PT. Pos Indonesia melakukan beberapa cara, seperti meningkatkan loyalitas konsumen, memberikan kesempatan untuk menggunakan produk yang berbeda, mendorong saran dari mulut ke mulut, serta meningkatkan penampilan perusahaan dengan memberikan kualitas layanan yang sangat baik. Oleh karena itu kemajuan pertumbuhan dapat dipercepat dan hubungan jangka panjang dengan konsumen dapat dipertahankan dengan memiliki kualitas layanan yang lebih baik. Menurut Parasuraman et al (1988). Kualitas layanan berasal dari penilaian pelanggan atas layanan yang diprediksi dan layanan nyata yang diberikan (Haron, Subar, dan Ibrahim, 2020).

Dalam menginput seluruh data transaksi yang digunakan oleh konsumen, PT. Pos Indonesia menggunakan web khusus yaitu IPOS web yang memiliki fungsi untuk menginput data dari seluruh loket Kantor Pos Kebonrojo melalui komputer. Berikut jumlah transaksi dari seluruh jenis pelayanan yang ada di PT. Pos Indonesia Kebonrojo Surabaya yang dilihat melalui aplikasi milik PT. Pos Indonesia Kebonrojo Surabaya.

Tabel 2. Jumlah Transaksi Seluruh Produk Kurir dan Logistik Bulan Juli Hingga Oktober 2021

Bulan	Produksi	Rata-rata tiap minggu
Juli	5.927	1.482
Agustus	6.313	1.578
September	6.445	1.611
oktober	5.695	1.423
Total	24.380	

Sumber: PT. Pos Indonesia Kebonrojo Surabaya 2021

Keunggulan layanan merupakan landasan layanan yang dilakukan melalui penelitian dan praktik. Penekanan peran “perjalanan pelanggan” sebagai lawan dari layanan individu untuk pencapaian keunggulan layanan dan persaingan. Perjalanan pelanggan didefinisikan sebagai kontak yang ditemui dan berinteraksi dengan pelanggan selama proses pembelian. Serangkaian kontak di sepanjang perjalanan pelanggan memunculkan pengalaman pelanggan (Jaakkola dan Terho, 2021).

Dari banyaknya pelayanan tentu saja konsumen memiliki pilihan yang berbeda-beda. Perbedaan pilihan pada konsumen disebabkan, karena perbedaan kebutuhannya, permintaannya, dan minatnya. Melalui hasil observasi, masyarakat lebih suka pada pilihan jasa

pelayanan pengiriman pos kilat khusus. Hal tersebut dapat dilihat dari data yang tersedia pada tabel berikut.

Tabel 3. Jumlah Transaksi Jenis Layanan yang Sering Digunakan Pelanggan pada Bulan Juli Hingga Oktober 2021

No	Produk	Jumlah
1	Pos Kilat Khusus	2,243
2	Paket Pos Standar Dalam Negeri	854
3	Pos Express	682
4	Pos Cepat Luar Negeri	249
5	Pos Biasa Luar Negeri	105
6	EMS dokumen	76
7	Register Luar Negeri (tanpa perangko)	61

Sumber: PT. Pos Indonesia Kebonrojo Surabaya 2021

Konsumen lebih berminat dan tertarik pada jasa pelayanan pengiriman pos kilat khusus, karena memiliki layanan standar dengan estimasi dua hingga empat hari saja, biaya yang ekonomis minimal Rp. 7.000 sesuai pada alamat tujuan, dan mendapatkan jaminan berupa asuransi senilai barang yang hilang hingga rusak.

Pelayanan Pengiriman Paket Pos Kilat Khusus (PPKK) merupakan pelayanan pengiriman barang dengan berat hingga 50 kg yang diberlakukan secara khusus. Pelayanan pengiriman paket pos kilat khusus ditujukan kepada golongan menengah keatas dan juga golongan menengah kebawah dengan tujuan antar kota maupun provinsi. Fasilitasnya meliputi estimasi kedatangan dua hingga empat hari, tersedia di aplikasi PosAja, *free pick up* paket, bisa COD(*Cash On Delivery*,) dan bisa dilacak. Namun hal tersebut belum menjamin kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen. Kemungkinan terjadi keluhan akan muncul yang disebabkan oleh banyak hal. Dapat dilihat dari data yang didapatkan berdasarkan tabel berikut.

Tabel 4. Jumlah Keluhan Pelanggan Pada Bulan Juli Hingga Oktober 2021

Bulan	Jumlah	Keterangan
Juli	19	Beberapa hal yang sering dikeluhkan : a. Antar ulang b. Belum merasamenerima c. <i>Retour/Reject</i> d. Nomor telepon penerima tidak aktif e. Salah data
Agustus	15	
September	8	
Oktober	12	
Total	54	

Sumber: PT. Pos Indonesia Kebonrojo Surabaya 2021

Selain dari data tersebut terdapat berita yang mengemukakan pernyataan yang sama. Melalui portal berita media konsumen, seseorang bernama Agung mengeluhkan jasa pengiriman pos kilat khusus dengan barcode 17623331974 yang estimasinya adalah seharusnya 2 hari saja namun hingga 14 desember 2019 belum sampai ke alamat tujuan. Namun belum ada tanggapan dari PT. Pos Indonesia terkait.

Ada juga keluhan konsumen bernama Nizar melalui *google review* mengeluhkan terpaksa jemput barang ke Kantor Pos Kebonrojo. Ia telah melacak keberadaan paket yang akan ia terima dari tanggal 29 oktober 2021 telah sampai di DC Surabaya Utara. Tetapi hingga tanggal 2 November 2021 paket yang akan ia terima belum juga ada di tempat. Setelah pengecekan di DC Surabaya Utara terdapat salah satu pegawai yang mengatakan bahwa Nizar tidak mau membayar jasa antarnya. Padahal Nizar mengetahui bahwa barang yang akan ia terima belum datang di alamat tujuan. Hal tersebut terkesan menyalahkan konsumen dan hanya memberikan alasan tanpa solusi.

Konsumen lain yang ikut berkomentar *google review* yaitu Faradilami mengatakan bahwa ia mengirim barang hampir dua bulan tidak ada konfirmasi sama sekali mengenai pengadaan *return* barang maupun kejelasan yang lain. Tetapi, konsumen harus menjadi aktif menanyakan barang yang akan dikirim. Ternyata setelah menelpon *Customer Service* barang ia kirimkan dikembalikan. Sikap dari *Customer Service* seperti acuh tak acuh dengan mematikan telepon.

Jawaban yang dikemukakan oleh Bu Ike sebagai Kepala Manajemen SDM mengemukakan bahwa:

“Penyebab mengenai permasalahan yang muncul disebabkan oleh beberapa hal misalnya ketika paket yang dikirimkan sudah sampai tujuan tetapi tidak dapat diantarkan oleh petugas karena penerima tidak ada di tempat, pendistribusian barang kepada alamat tujuan tidak dapat langsung tiba di tempat karena adanya prosedur pengiriman yang berbelit-belit misalnya saja pengiriman barang yang sudah tiba di Surabaya dengan beralamatkan di Surabaya Utara harus dikirimkan terlebih dahulu ke pusat pendistribusian di kantor cabang SPP Juanda yang memang memiliki tugas sebagai pendistribusian setelah itu baru bisa diantarkan ke kantor pos terdekat lalu didistribusikan kepada para konsumen, serta adanya alamat pengiriman yang tidak sesuai dengan alamat sebenarnya.”

Dari artikel berita tersebut dapat merubah rasa percaya bahkan dapat mempengaruhi reputasi PT. Pos Indonesia maupun kesetiaan dari para konsumen. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang

kualitas pelayanan pengiriman pos kilat khusus PT. Pos Indonesia Kebonrojo Surabaya.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Sugiarto (2017) menyatakan bahwa jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya dan bertujuan mengungkapkan gejala secara holistik-kontekstual melalui pengumpulan data dari latar alami dengan memanfaatkan diri peneliti sebagai instrumen kunci. Penelitian kualitatif bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Proses dan makna berdasarkan perspektif subyek lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Teknik analisis data dilakukan sesuai dengan konsep yang diberikan oleh Miles dan Huberman (Saldana, 2014) yang meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

Penelitian ini memiliki satu variabel saja yaitu kualitas pelayanan sebagai variabel tunggal. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Lokasi penelitian dilakukan di PT. Pos Indonesia Kebonrojo Surabaya yang beralamatkan Jl Kebonrojo No 10, Krembangan, Surabaya 60000. Hal ini dikarenakan PT. Pos Indonesia Kebonrojo merupakan pos besar dan juga cabang kantor yang berfokus pada bidang pelayanan. Pengambilan informan pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dimana informan dipilih berdasarkan karakteristik orang-orang yang benar-benar memahami permasalahan, yaitu manajer sumber daya manusia, manajer pelayanan, *customer service*, petugas loket, dan konsumen PT. Pos Indonesia Kebonrojo Surabaya (Adirangga, 2019).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui observasi, wawancara, studi dokumentasi, dan studi kepustakaan yang kemudian diproses yang akan menghasilkan jawaban penyebab terjadinya permasalahan-permasalahan keluhan para konsumen. Sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer dan sekunder. Adapun sumber primer didapatkan melalui pengamatan langsung tentang hal yang terjadi di lapangan. Kemudian wawancara dilakukan untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan melalui dialog secara lisan terhadap responden yang dianggap perlu. Dalam hal ini adalah pihak PT. Pos Indonesia dengan berpedoman pada daftar pertanyaan yang telah disediakan. Sedangkan sumber sekunder didapatkan dari studi kepustakaan berupa jurnal, artikel, berita dari media

massa, dan media sosial yang berkaitan dengan kualitas pelayanan pengiriman pos kilat khusus PT. Pos Indonesia.

Penelitian ini berfokus pada kualitas pelayanan menurut Kotler dan Keller (2016) mengemukakan teori tentang lima dimensi kualitas pelayanan yaitu:

1. Bukti Fisik merupakan bentuk dari sebuah jasa seperti penampilan fisik peralatan yang dibutuhkan dan digunakan, fasilitas dalam menunjang layanan jasa dan penampilan karyawan
2. Keandalan merupakan sebuah kemampuan atau *performance* kerja untuk mewujudkan pelayanan yang telah dijanjikan secara tepat waktu dan kemampuan dapat dipercaya
3. Daya tanggap yaitu kemampuan dan kesiapan karyawan dalam memberikan jasa dan tanggapan pada permintaan klien dalam memberikan layanan yang dibutuhkan klien
4. Jaminan yaitu kemampuan pegawai untuk menumbuhkan rasa yakin dan percaya terhadap janji yang telah diberikan terhadap klien, seperti kemampuan atas pengetahuan produk, kualitas keramahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam menjamin rasa aman terhadap klien dalam menggunakan jasa yang telah ditawarkan dan kemampuannya dalam menciptakan serta menanamkan kepercayaan klien terhadap perusahaan.
5. Empati yaitu kesediaan dari perusahaan dan karyawan dalam memberikan perhatian atau memahami secara individual terhadap klien. Seperti paham akan pengertian dan pengetahuan perusahaan dalam memahami kebutuhan dan keinginan dari kliennya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. HASIL

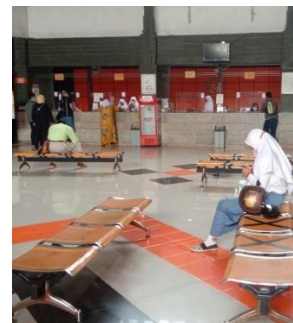
Kantor Pos Indonesia Kebonrojo sebagai KPRK dan dengan banyaknya KCP yang dimiliki. Dalam memberikan pelayanan tentu saja lebih mengutamakan kualitas pelayanan dan memperhatikan kebutuhan maupun keluhan konsumen. Berdasarkan data yang telah diperoleh peneliti. Maka dapat dilakukan pengkajian terkait kualitas pelayanan pengiriman pos kilat khusus di PT. Pos Indonesia Kebonrojo Surabaya melalui lima dimensi kualitas pelayanan menurut Kotler dan Keller (2016) yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Berikut merupakan uraian dari lima dimensi kualitas pelayanan:

1. Bukti fisik

Dimensi bukti fisik merupakan bentuk dari sebuah jasa yang meliputi fasilitas penampilan fisik peralatan yang dibutuhkan dan digunakan serta fasilitas dalam menunjang pelayanan seperti personal penampilan pegawai dalam ketentuan penggunaan seragam dan tanda pengenal. Dimensi ini dirasa sesuai dengan harapan konsumen ketika konsumen merasa nyaman dan tertarik pada pelayanan yang digunakannya. Dimensi ini dirasa kurang sesuai dengan harapan konsumen ketika konsumen tidak nyaman dan tidak tertarik pada pelayanan yang digunakannya.

Berkaitan dengan fasilitas yang ada di ruangan kantor. Kenyamanan merupakan hal yang cukup penting. Kantor pos sebagai penyedia layanan jasa harus memberikan fasilitas yang nyaman kepada konsumen. Dimulai dari menyediakan ruangan yang luas agar konsumen bebas berlalu lalang, menyediakan tempat duduk yang cukup dan sesuai dengan kondisi ruangan yang ada, serta pendingin ruangan seperti kipas angin yang cukup besar dan banyak. Pernyataan yang berhubungan dengan kenyamanan fasilitas tempat pelayanan diungkapkan oleh bu Rima sebagai penjual *acesories* secara *online* sekaligus konsumen setia mengatakan:

“Tempat pelayanan sudah nyaman karena tersedianya fasilitas yang dibutuhkan oleh konsumen, seperti kursi yang cukup banyak dan tersebar di depan loket. Sehingga terasa lega dan nyaman. Tersedia timbangan di dekat loket mempermudah konsumen untuk mengetahui berat barang sebenarnya pada timbangan. Selain itu, terdapat komputer yang berfungsi untuk menginput jenis barang, berat barang, dan ongkos kirim yang sesuai. Untuk pandemi seperti ini fasilitas sudah dilengkapi dengan *thermo gun* tetapi belum digunakan secara maksimal. Untuk loketnya sudah terpasang mika pembatas yang lebar dan tersedianya *handsanitizer* di masing-masing loket.”



Gambar 1. Ruang Antrian Konsumen

Sumber : Dokumentasi Peneliti 2021

Letak kursi yang sesuai kondisi pandemi tidak membuat pelanggan khawatir karena letak kursi sudah diatur untuk dilaksanakannya protokol kesehatan dengan

menjaga jarak. Kondisi dari kursi juga masih baik dan sesuai dengan fungsinya.



Gambar 2. Loker Pengiriman Barang

Sumber : Dokumentasi Peneliti Tahun 2021

Hal serupa dikatakan oleh Toni seorang pegawai yang kantornya mempercayakan pengiriman paket di Kantor Pos Kebonrojo mengatakan:

“Tempat pelayanan sudah nyaman dan bersih. Selain itu, kita bisa pinjam *cutter* maupun lakban kalau kita membutuhkannya dalam mengemas paket yang akan kita kirimkan. Untuk kedisiplinan protokol kesehatan seperti penggunaan *handsanitizer* dan *thermogun* belum maksimal digunakan. Tadi waktu saya masuk tidak dilakukan pengecekan suhu.”



Gambar 3. Meja Satpam

Sumber : Dokumentasi Peneliti 2021

Letak meja satpam yang berada di dekat pintu masuk kantor pos memudahkan pelanggan untuk bertanya mengenai kebutuhannya dan meja tersebut tidak pernah kosong karena satpam selalu siap membantu dan berada di meja tersebut. Berdasarkan hasil pengamatan oleh peneliti dilihat bahwa setiap orang yang berlalu lalang tidak dilakukannya pengecekan suhu dan tidak terlihat satupun *thermogun* berada di meja.



Gambar 4. Tempat Parkir

Sumber : Dokumentasi Peneliti 2021

Pendapat oleh Pak Indarto sebagai Kepala Manajemen Pelayanan mengatakan bahwa:

“Fasilitas peralatan yang tersedia sudah cukup baik, dilengkapi dengan kursi yang nyaman, *personal computer*, printer, *ultraviolet* pengecek uang, mesin hitung uang dan alat tulis, dan banyak lagi peralatan lain yang mendukung kegiatan pengiriman barang atau dokumen.”

Fasilitas yang cukup lengkap dalam melakukan pelayanan sangatlah dibutuhkan karena kelengkapan alat maupun fasilitas ruangan yang baik mampu membuat konsumen menjadi nyaman.



Gambar 5. Toko ATK di dalam kantor pos

Sumber : Dokumentasi Peneliti 2021

Tersedianya toko ATK di dalam kantor pos memudahkan pelanggan yang membutuhkan alat pendukung pengiriman barang seperti pena maupun perangko.



Gambar 6. Loker Pengambilan Slip Pembayaran

Sumber : Dokumentasi Peneliti 2021

Berkaitan dengan fasilitas penunjang pelayanan berupa personal dan penampilan pegawai. Penampilan pegawai yang rapi dan personal kemampuan komunikasi yang baik mendukung kualitas pelayanan yang diberikan. Hal ini dikemukakan oleh Desti pegawai yang perusahaannya mempercayakan pelayanan pengiriman di Kantor Pos Kebonrojo mengatakan bahwa:

“Penampilan pegawai sudah cukup rapi dengan menggunakan seragam dan cara berpakaianya tidak berantakan. Hanya saja pegawai tidak

menggunakan tanda pengenal. Kalau untuk masa pandemi seperti ini para pegawai mematuhi protokol kesehatan dengan menggunakan masker dan melakukan jaga jarak.”

Pendapat yang sama dikemukakan oleh Ibu Erna pelanggan setia pengguna layanan Pos Kilat Khusus mengatakan:

“Personal pegawainya kalau dilihat dari penampilannya sudah cukup baik mbak, menggunakan seragam yang rapi, tapi pegawainya tidak menggunakan tanda pengenal sebagai pelengkap informasi. Dari kepatuhan protokol kesehatannya juga dijalankan. Pegawainya menggunakan masker dan melakukan jaga jarak antar pegawai.”



Gambar 7. Customer Service tidak menggunakan ID CARD

Sumber : Dokumentasi Peneliti 2021

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti dapat ditemukan bahwa beberapa pegawai belum menggunakan tanda pengenal sebagai pelengkap seragam yang rapi dan sesuai berdasarkan SOP. Hal tersebut dapat dijelaskan oleh Bu Ike sebagai Manajemen SDM mengatakan:

“Untuk penampilan pegawai sangat berpengaruh dalam pekerjaan karena kita bekerja di dunia pelayanan yang menuntut untuk berpenampilan baik dan rapi. Sedangkan untuk sikap juga sangat berpengaruh karena sikap juga mencerminkan baik dan buruknya seorang pegawai dalam melakukan pekerjaan serta kita yang bekerja di bidang pelayanan juga harus bersikap 3S (senyum, sapa, salam) kepada seluruh pelanggan maupun teman sejawat.”

Penampilan dan personal pegawai yang sudah baik mampu meningkatkan ketertarikan pelanggan untuk menggunakan jasa layanan. Hanya saja pegawai belum melengkapinya dengan tanda pengenal.

2. Kehandalan

Dimensi kehandalan merupakan kemampuan kerja yang dimiliki unit pelayanan dalam memberikan dan

mewujudkan pelayanan yang dijanjikan secara tepat waktu dan dapat dipercaya. Kehandalan dapat diartikan, sebagai mengerjakan dengan benar sesuai prosedur kinerja, standar pelayanan yang diterapkan, dan ketepatan waktu yang telah dijanjikan. Dalam memenuhi pelayanan yang cepat dan tepat, meliputi ketepatan waktu, kecakapan dalam memberikan layanan, kecakapan dalam menanggapi keluhan jika terdapat keluhan yang masuk dari konsumen, serta pemberian pelayanan secara wajar dan akurat.

Memasukkan data yang sesuai dan teliti merupakan unsur ketepatan yang harus dilakukan oleh pegawai. Hal ini sangat berkaitan dengan ketepatan waktu, kesesuaian barang, dan harga. Jika pegawai tidak cermat dan teliti maka akan beresiko terjadi kesalahan memasukkan data dan akan menimbulkan pekerjaan baru. Ketepatan merupakan bentuk tanggung jawab dalam proses pengiriman barang, khususnya bagian pengantaran agar tercipta pelayanan yang baik. Menurut ibu Erna pelanggan setia mengatakan bahwa:

“Saya memilih pos kilat khusus karena selalu tepat waktu, barang yang sampai selalu sesuai dengan tujuan dan tidak pernah terjadi kerusakan barang maupun salah memasukkan data. Biasanya saya mengirimkan ke saudara saya di Yogyakarta selalu tepat waktu sesuai estimasi waktu yang dijanjikan.”

Menurut ibu Rima penjual *online* yang setia menggunakan layanan pos kilat mengatakan bahwa:

“Kalau yang harganya ekonomis tetapi estimasi waktu yang cepat ya Pos Kilat Khusus. Saya sering pakai pos kilat khusus ya karena selalu tepat waktu sesuai dengan estimasi waktu yang dijanjikan. Maksimal kalau di Jawa tiga hari sudah sampai. Tidak pernah yang mengalami keterlambatan maupun barang rusak atau tertukar. Alhamdulillah pembeli saya selalu puas kalo pengirimannya pake pos kilat khusus.”

Jawaban yang sama dari penjelasan Pak Indarto sebagai Kepala Manajemen Pelayanan mengatakan bahwa:

“Pelayanan kepada konsumen juga harus cepat dan tepat jadi menghindari kesalahan memasukkan data ke aplikasi IPOS karena membutuhkan ketelitian. Selain itu, memperhatikan estimasi waktu tempuh berdasarkan standar waktu pengiriman dengan minimal dua hari dan maksimal empat hari. Dusahakan selalu sampai sesuai tepat waktu. Ketepatan pengiriman barang juga berdasarkan sistem *collecting, processing, delivery* dan *report*.”

Ketepatan waktu dan ketelitian memasukkan data sudah sesuai dengan SOP yang berlaku. Hanya saja proses

yang dilakukan cukup banyak. sehingga belum cukup efisien untuk hal yang efektif. Pelayanan dikatakan baik apabila konsumen percaya, loyal, dan setia. Kepercayaan terbentuk karena kualitas yang diberikan sudah sesuai. Menurut Desti pegawai yang perusahaannya mempercayakan pelayanan pos kilat khusus mengatakan bahwa:

“Kantor saya sudah sering pakai pos kilat khusus biasanya barang yang dikirimkan 10 kg. Karena kalau pake pos kilat kan murah dan cepat sampainya. Kantor saya mempercayakan pengiriman melalui pos kilat khusus ya karena itu. Alhamdulillah barang yang dikirim pun selalu baik-baik saja, tidak pernah yang sampai rusak.”

Menurut Toni pegawai yang perusahaannya mempercayakan pelayanan pos kilat khusus mengatakan bahwa:

“Kantor sering menggunakan jasa layanan pos kilat khusus karena memang kantor sudah langganan dan percaya pada kualitas yang diberikan. Kantor seringkali mengirimkan barang diatas 6 kg paling banyak di Jawa. Barangnya selalu sampai dengan selamat, paling cuma kardusnya saja yang peyok tapi ya wajarlah yang penting barangnya aman.”

Ungkapan yang sama dan didukung oleh penjelasan dari Pak Indarto sebagai Kepala Manajemen Pelayanan dan mengatakan:

“Untuk mempertahankan kualitas dan mendapatkan kepercayaan dari pelanggan maka kita harus memperbaiki pelayanan dengan melakukan pengendalian atau pengolahan yang sesuai ketentuan. Tarif yang diberikan ke masyarakat juga sudah sesuai analisa pasar. Jadi kita ini kan BUMN tidak ingin menjadi yang paling mahal. Kalau untuk berat barang yang akan dikirim biasanya kalau 1,2 kg akan kita masukkan jadi 1 kg saja.”

Kantor pos selalu memberikan hasil kinerja terbaiknya. Agar konsumen yang sudah berlangganan tidak merubah pilihannya. Selain itu, ketentuan harga yang diberikan juga lebih murah.

3. Daya Tanggap

Dimensi daya tanggap merupakan kemampuan kinerja cekatan yang dapat dilihat dari akal dan cara berpikir pegawai yang ditunjukkan melalui sikap pada pelanggan. Sehingga berdampak berbeda-beda pada setiap konsumen. Ketangkasan maupun sikap cekatan pegawai dapat dilihat sebagai berikut:

Komunikasi dua arah cukup dibutuhkan dalam pelayanan karena pemberi layanan harus memahami apa yang diinginkan dan harapan dari konsumen. Sama halnya

dengan konsumen harus mencapai harapan dari yang diinginkan. Komunikasi yang baik sangat membantu dalam memahami maksud dan harapan dari pegawai maupun konsumen. Melalui wawancara dengan salah satu pegawai PT PELNI mengatakan:

“Karena saya kan sering kesini jadi saya tahu dimana tempat untuk mengirim barang. Biasanya pegawainya ya langsung tanggap. Kalau saya datang saya bilang mau pengiriman ke kota tujuan dan langsung ditimbang, diinput dan diberitahu ongkosnya berapa. Kalau awal-awal belum pernah, sama *security* dikasih tahu dan diarahkan ke loketnya. Lalu sama pegawainya ya diberikan penjelasan mau pake yang apa.”

Begitu juga dengan Pak Rofin pelanggan setia pos kilat khusus mengatakan:

“Jadi saya sudah sering pake kilat khusus jadi saya tahu dimana loket pengiriman barangnya. Saya ngirim pake kilat khusus karena banyak pembeli saya minta pake ini. Daya tanggap dari pegawainya alhamdulillah baik. Langsung tanggap dan lumayan cekatan juga. Pegawainya paham sama yang kita butuhkan.”

Pendapat Pak Indarto sebagai Kepala Manajemen Pelayanan mengatakan bahwa:

“Dalam melakukan tugasnya, pegawai loket menggunakan prinsip layanan prestasi. Jadi prinsip yang dimaksud pegawai harus ramah, sopan kepada konsumen dengan menerapkan senyum yang artinya pegawai *welcome*, lalu menerapkan sapa kalau sudah kenal lebih baik sebut nama, mengucapkan salam paling tidak selamat pagi, dan bersikap santun. Misalnya, ada pelanggan bernama Pak Bambang ucapkan salam dan menyapanya. Agar konsumen yang loyal ke kita juga senang. Kita juga memahami karakter pelanggan itu seperti apa. Biasanya yang pake kilat khusus itu perusahaan-perusahaan besar sampai pedagang perorangan.”

Komunikasi yang dilakukan oleh konsumen dan pegawai selalu dua arah. Sehingga tanggapan konsumen selalu baik. Konsumen mendapatkan harapannya dan pegawai memahami maksud konsumen. Penjelasan informasi yang diberikan juga jelas sesuai dengan informasi yang dibutuhkan.



Gambar 8. Membantu Konsumen untuk Mempercepat Layanan

Sumber : Dokumentasi Peneliti 2021

Konsumen membutuhkan pegawai yang cepat dan tanggap atas kebutuhannya. Hal tersebut berkaitan dengan hasil maupun kualitas yang diberikan oleh pegawai. Namun keluhan pelanggan tidak dapat dihindari. Keluhan yang diberikan oleh konsumen memiliki tujuan agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan. Pendapat Ibu Siti sebagai penjual online yang setia menggunakan pos kilat khusus mengatakan bahwa:

“Kalau kendala yang lain-lain dari kilat khusus tidak pernah ada. Cuma untuk daya tanggap dan cekatan agak baik lah, standar pelayanannya tidak yang terlalu cepat atau tidak yang terlalu lambat. Pembeli saya juga tidak pernah mengeluhkan barang yang dikirim. Untuk estimasi waktu juga selalu tepat waktu, paling maksimal tiga hari saja.”

Begitu juga jawaban dari Ibu Jupe sebagai *Customer Service* mengatakan bahwa:

“Biasanya yang paling sering itu karena estimasi waktunya lebih. Tapi kami pastikan bahwa barang dapat sampai dengan baik dan tidak sampai hilang. Kami pastikan juga untuk menyelesaikan kiriman barang sesuai dengan ketentuan dan konsumen bisa memenuhi harapannya sesuai apa yang diinginkan. Untuk mengajukan keluhan konsumen bisa secara langsung dengan mendatangi kantor atau tidak langsung misalnya melalui telpon ataupun *website* pos www.posindonesia.co.id.”

Pendapat yang sama dikatakan oleh Ibu Emilia mengatakan bahwa:

“Selama ini saya tidak pernah mengeluhkan tentang sikap pegawainya. Karena para pegawainya memang sudah paham tentang tugas dan apa yang harus dilakukannya. Kalau untuk estimasi waktu selalu tepat waktu.”

Hal yang sama oleh Pak Indarto sebagai Kepala Manajemen Pelayanan mengatakan bahwa:

“Jarang ada yang mengeluhkan tentang pelayanan secara langsung di kantor pos. Karena ya kita memaksimalkan pengiriman sesuai dengan ketentuan. Estimasi waktu yang diberikan pun kita sesuaikan dengan SWP (Standar Waktu Pengiriman) maksimal empat hari harus bisa sampai.”

Sikap yang cepat, tanggap, dan cekatan memberikan hasil kualitas yang baik dari tanggapan konsumen. Sehingga konsumen percaya dan setia pada jasa pilihannya. Begitu juga Kantor Pos yang tidak kehilangan konsumennya.



Gambar 9. Pelanggan Mengajukan Keluhannya melalui *Customer Service*

Sumber : Dokumentasi Peneliti 2021

Customer Service dengan ramah membantu para pelanggan memecahkan masalah dari pengajuan keluhan yang diberikan. Misalnya, seperti pengecekan kembali data untuk disesuaikan pada data yang sudah diinput. Sehingga diketahui penyebab permasalahannya dan memberikan penjelasan mengenai langkah yang harus dilakukan oleh pelanggan dengan dibantu oleh *customer service*.

4. Jaminan

Dimensi jaminan mencakup kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki pegawai yang bebas dari ragu-ragu, resiko, dan bahaya. Jaminan merupakan upaya perlindungan yang diberikan kepada masyarakat apabila resiko dan bahaya muncul mengakibatkan gangguan dalam struktur yang normal. Menurut Toni pegawai yang perusahaannya mempercayakan pada Pos Kebonrojo mengatakan bahwa:

“Iya yang saya tahu memang ada jaminan ganti rugi untuk barang yang rusak ataupun hilang. Tapi tidak ada jaminan ganti rugi mengenai keterlambatan barang kiriman.”

Pendapat yang sama dari Pak Indarto mengatakan bahwa:

“Kalau terjadi kehilangan barang ataupun barang rusak kita sudah menjaminnya melalui asuransi yang akan kita klaim melalui kerjasama dengan Jasindo. Melalui premi yang dibayarkan oleh konsumen berdasarkan bentuk barang atau dokumen yang akan dikirimkan. Misalnya saja kalau dokumen seperti STNK itu sesuai dengan yang hilang kalau STNK Motor biasanya 1,5 juta kalau STNK Mobil 6 juta. Kalau barang sesuai dengan harga barangnya. Selain itu untuk mencegah hilangnya barang atau dokumen itu, kita menggunakan *thermal printer*. Karena kalau pake *thermal printer* kan cepat dan praktis.”

Kantor Pos Kebonrojo Surabaya sudah bisa menjamin apabila terjadi kerusakan atau kehilangan barang. Sehingga konsumen tidak perlu was-was karena Pos Indonesia Kebonrojo akan bertanggung jawab.

5. Empati

Dimensi Empati meliputi kemudahan dalam berkomunikasi dan memahami kebutuhan konsumen. Empati yaitu perhatian yang dilakukan secara pribadi atas kesediaan perusahaan kepada konsumen. Pendapat pak Rofin pelanggan setia jasa kilat kilat khusus mengemukakan bahwa:

“Iya mbak saya pernah pakai layanan PosAja disana bisa pilih jenis pengiriman yang diinginkan. Selain itu, kita juga bisa menggunakan layanan *pick up*. Karena itu kan dari Pos Indonesianya jadi yang ambil pakatnya *O-ranger*. Jadi kita tidak perlu datang langsung ke kantor pos hanya untuk meletakkan barang yang akan dikirim. Kita bisa pakai aplikasi PosAja untuk di *pick up*.”

Jawaban yang sama oleh Pak Indarto mengatakan bahwa:

“Iya mbak sekarang kan sudah semakin dipermudah ya. Apalagi di kantor pos ini lebih dipermudah lagi. Selain untuk pegawainya tetapi juga konsumennya. Sekarang ada layanan *pick up* yang dilakukan oleh *O-ranger*. Di *playstore* ada aplikasi PosAja.”

Didukung oleh pernyataan Bu Ike sebagai Manajemen SDM mengatakan bahwa:

“Untuk mempertahankan kualitas dan kesetiaan konsumen serta bentuk kesediaan perusahaan memberikan perhatian. Biasanya kalau memperingati hari nasional, seperti hari kemerdekaan ataupun hari pahlawan itu kita mengadakan diskon atau promo kalau pakai aplikasi PosAja. Biasanya juga kita memanggil konsumen yang sering melakukan transaksi untuk diberi penghargaan atau semacam hadiah karena sudah setia menggunakan layanan.”

Kemudahan dalam berkomunikasi dan memahami kebutuhan konsumen yang dilakukan secara pribadi oleh para pegawai sudah baik. Hal ini dilihat dari bentuk perhatian mereka dengan memberikan promo, diskon, maupun penghargaan.

B. PEMBAHASAN

Kualitas pelayanan pengiriman pos kilat khusus di PT. Pos Indonesia Kebonrojo Surabaya. Pelayanan jasa merupakan salah satu bentuk dari pelayanan publik. Saat ini, pelayanan jasa yang sering digunakan berupa jasa pengiriman barang. Kualitas pelayanan jasa merupakan suatu yang tidak berwujud dan melibatkan tindakan melalui proses maupun kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain. Jasa merupakan aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik. Tetapi berbentuk nilai tambah yang dapat dirasakan, melalui kenyamanan, kepercayaan, dan penyelesaian masalah yang dihadapi oleh konsumen.

a. Dimensi Bukti fisik

Ketersediaan sarana dan prasarana merupakan wujud dari kondisi sarana dan prasarana kantor pos yang baik, memadai, dan bentuk tanggung jawab dari pihak penyelenggara. Karena kualitas pelayanan bukan dilihat dari sudut pandang pihak penyelenggara melainkan sudut pandang pelanggan sebagai pengguna jasa. Sehingga baik buruknya kualitas pelayanan pos kilat khusus di PT. Pos Indonesia Kebonrojo Surabaya dapat dilihat dari digunakannya sarana dan prasarana dengan maksimal dan kemampuan dalam mencapai tujuan. Kualitas pelayanan dikatakan memuaskan jika layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan (Prihatin, Pratiwi, dan Putra, 2021). Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh dari Kantor Pos Kebonrojo Surabaya, dimensi bukti fisik sudah sepenuhnya tercapai. Karena fasilitas yang ada di dalam ruangan sudah terpenuhi. Tidak ada keluhan yang berlebih mengenai fasilitas dan kenyamanan ruangan yang disediakan. Terdapat kursi panjang yang tersebar di depan masing-masing loket, terdapat komputer, timbangan di setiap loket, dan kamar mandi yang dapat berfungsi dengan baik tanpa kendala.

b. Dimensi Kehandalan

PT. Pos Indonesia Kebonrojo Surabaya memiliki pegawai yang mengedepankan kualitas pelayanan dan memperhatikan kebutuhan maupun keluhan konsumen. Sikap pegawai tersebut menunjukkan bahwa dimensi kehandalan di Kantor Pos Kebonrojo Surabaya sudah cukup baik dan perlu dipertahankan. Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh dari Kantor Pos Kebonrojo Surabaya, pegawai mampu memberikan dan mewujudkan pelayanan yang dijanjikan secara tepat waktu dan dapat dipercaya. Pengiriman barang yang dilakukan sudah sesuai dengan SOP dan dikirimkan sesuai dengan estimasi waktu yang dijanjikan. Sehingga ketepatan pegawai dalam melaksanakan tugasnya mampu membuat konsumen percaya dengan pelayanan yang diberikan. Karena konsumen telah mempercayakan pengiriman barang untuk dikirimkan dan cukup sering melakukan pengiriman dengan jasa kilat khusus.

c. Dimensi Daya Tanggap

Layanan publik membenarkan fokus pada inovasi hanya ketika meningkatkan nilai publik melalui kualitas, efisiensi, atau kesesuaian untuk tujuan. Dimensi daya tanggap tidak hanya dilakukan ketika tatap muka berlangsung. Tetapi juga melalui perkembangan teknologi yang dilakukan oleh PT. Pos Indonesia Surabaya melalui aplikasi pendukung pelaksanaan tugas yang dapat digunakan oleh pegawai dan pelanggan melalui *website* PT. Pos Indonesia yaitu www.posindonesia.co.id (Matto, 2019). Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh dari Kantor Pos Kebonrojo Surabaya, pegawai mampu menciptakan komunikasi dengan baik. Karena melakukan komunikasi dua arah sehingga pegawai dapat memahami maksud dari konsumen dan konsumen mendapatkan harapan yang dimaksud. Selain itu, sikap cepat dan tanggap yang diberikan pegawai membuat konsumen percaya dan setia terhadap jasa layanan yang diberikan.

d. Dimensi Jaminan

Dalam mengatasi masalah berupa barang yang rusak maupun hilang PT. Pos Indonesia Kebonrojo Surabaya

sudah menjamin dan membebaskan biaya premi kepada pelanggan ketika menggunakan pelayanan. Hal tersebut dimaksudkan ketika terjadi sesuatu yang merugikan pihak kantor pos maupun pelanggan terdapat asuransi sebagai pihak ketiga dapat membantu menyelesaikan masalah. Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh di Kantor Pos Kebonrojo Surabaya, konsumen telah mendapatkan jaminan yang sesuai dengan SOP. Sehingga konsumen dan pegawai tidak perlu saling khawatir. Konsumen terjamin dengan asuransi dan pegawai tidak kehilangan konsumen.

e. Dimensi Empati

Perilaku manusia dapat dimodifikasi dengan memperkuat peristiwa-peristiwa yang mempengaruhi cara berpikir pegawai. Transisi dari kebutuhan ke nilai adalah studi motivasi individu (Rosa, Najberg, dan Sousa, 2020). Hal tersebut menunjukkan bahwa empati pegawai timbul karena adanya perbaikan dari peristiwa sebelumnya. Bentuk empati tersebut dapat dilihat dari beberapa inovasi yang muncul, seperti layanan *pick up*, diskon, hingga penghargaan kepada pelanggan setia. Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh di Kantor Pos Kebonrojo Surabaya, dalam hal ini konsumen merasa sangat terbantu dengan pelayanan yang diberikan. Pelayanan yang diberikan juga sudah sesuai dengan harapan yang dimaksud oleh konsumen.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan uraian hasil analisis mengenai Kualitas Pelayanan Pengiriman Pos Kilat Khusus di PT. Pos Kebonrojo Surabaya dari pemaparan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa Kantor Pos Kebonrojo telah benar-benar berusaha untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan masyarakat agar konsumen tetap setia dan percaya untuk menggunakan jasa layanan pilihannya. Hal tersebut dibuktikan dalam proses penelitian oleh peneliti dengan menggunakan dimensi kualitas pelayanan oleh Kotler dan Keller (2016) yaitu dimensi bukti fisik, dimensi kehandalan, dimensi daya tanggap, dimensi jaminan, dan dimensi empati.

Dalam dimensi bukti fisik, penampilan para pegawai dalam melayani konsumen sudah baik, rapi, dan tidak berantakan. Hanya saja belum dilengkapi dengan tanda pengenal. Sebab, dengan berpenampilan rapi dapat memberikan kesan yang baik bagi konsumen. Peralatan yang tersedia di kantor pos sudah berfungsi dengan baik. Sehingga pegawai mampu melayani konsumen dengan baik tanpa hambatan.

Dalam dimensi kehandalan, konsumen lebih memilih menggunakan layanan pos kilat karena harganya murah dan estimasi waktu yang diberikan juga lumayan cepat. Ketepatan dan kecepatan dalam memasukkan data sangat mempengaruhi barang atau dokumen yang akan dikirimkan. Oleh karena itu, pegawai harus teliti serta memastikan kepada konsumen. Tidak hanya perusahaan-perusahaan tetapi juga pedagang perorangan mempercayakan barang atau dokumen yang dikirimkan melalui Pos karena konsumen tertarik dan percaya mengenai kualitas pelayanan yang ada.

Dalam dimensi daya tanggap, konsumen yang hadir merupakan konsumen yang sering menggunakan layanan pos kilat khusus. Hal ini disebabkan karena pelayanan yang diberikan oleh pegawai seperti cara berpikir yang dituangkan dalam sikap dalam melayani sudah tepat dan cepat. Oleh karena itu, konsumen percaya atas kinerja pegawai yang baik.

Dalam dimensi jaminan, khususnya keamanan terhadap barang atau dokumen sudah menunjukkan kualitas pelayanannya dengan memberikan jaminan ganti rugi mengenai barang atau dokumen dari konsumen apabila terjadi kerusakan atau kehilangan. Tetapi tidak ada jaminan ganti rugi atas keterlambatan pengiriman.

Dalam dimensi empati, konsumen telah mendapatkan apa yang diharapkan. Seperti kemudahan dalam berkomunikasi dan kemudahan akses. Pegawai juga memberikan perhatian yang dilakukan secara pribadi karena kesediaan perusahaan. Sehingga konsumen merasa diperhatikan dan memudahkan konsumen dalam melakukan pengiriman.

Sehingga secara keseluruhan Kualitas Pelayanan Pengiriman Pos Kilat Khusus di PT. Pos Kebonrojo Surabaya sudah sesuai dengan harapan konsumen dengan mengutamakan kualitas pelayanan dan memperhatikan kebutuhan maupun keluhan konsumen yang telah setia dan percaya kepada jasa layanan pos kilat khusus yang ada di Kantor Pos Kebonrojo Surabaya sebagai KPRK dan kantor besar pos.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai kualitas pelayanan pengiriman pos kilat khusus di PT. Pos Indonesia Kebonrojo Surabaya, maka peneliti memberikan saran untuk dapat meningkatkan kualitas layanan pos dengan cara sebagai berikut:

1. Bagi PT. Pos Indonesia Kebonrojo Surabaya diharapkan untuk memperhatikan penampilan pegawainya untuk menggunakan tanda pengenal sebagai pelengkap atribut seragam.
2. Bagi PT. Pos Indonesia Kebonrojo Surabaya diharapkan untuk memperhatikan protokol kesehatan seperti penggunaan *thermogun* dan tersedianya tempat cuci tangan.
3. Bagi PT. Pos Indonesia Kebonrojo Surabaya diharapkan untuk memberi fasilitas pada papan tanda mengenai loket dengan fungsi masing-masing. Sehingga konsumen baru tidak bingung ketika ingin mengirimkan barang. Selain itu diberikan nomor antrian agar rapi dan sesuai dengan urutan antrian.
4. Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya dapat menambahkan variabel-variabel lain yang belum ada pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adirangga, M. N. 2019. Kualitas Pelayanan Pada Kantor Pos Ujung Berung PT. Pos Indonesia (Persero). *digilib.uinsgd.ac.id*, 2-4.
- Agung. 2019. *Media Konsumen*. Diakses pada hari rabu,

- 10 november 2021, dari media konsumen website: <https://mediakonsumen.com>
- Faradilami, F. 2021. *Google Review*. Diakses pada hari senin, 6 desember 2021, dari google review website: <https://www.google.com/maps/contrib>
- Farokha, D. R., & Syafi'i, A. 2015. Kualitas Pelayanan Pengiriman Pos Express di PT. Pos Indonesia Cabang Baratajaya Surabaya. *Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, 58.
- Fernandes, D. W., Moori, R. G., dan Filho, V. A. 2018. Logistic Service Quality As A Mediator Between Logistics Capabilities and Customer Satisfaction. *Revista de Gestão*, 360.
- Furunes, T., dan Mkono, M. 2019. Service-Delivery Success and Failure Under The Sharing Economy. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 4-5.
- Haron, R., Subar, N. A., dan Ibrahim, K. 2020. Service Quality of Islamic Banks:Satisfaction, Loyalty and The Mediating Role of Trust. *Islamic of Economics Studies*, 4-5.
- Jaakkola, E., dan Terho, H. 2021. Kualitas Perjalanan Layanan: Konseptualisasi, Pengukuran dan Hasil Pelanggan. *Jurnal Manajemen Layanan*, 1757.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. 2016. *Marketing Management, 15th Edition*. US State: Harlow, Essex Pearson Education Limited.
- Lisnawati, S. 2018. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Kota Makassar. *Diploma Thesis*.
- Lupiyoadi, R. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi Edisi 3*. Jakarta: Salemba Empat.
- Matto, T. 2019. Innovation Through Implementation of A Quality Improvement Method A Finnish Public-Sector Case. *The TQM Journal*, Vol.31 No. 6.
- Menteri Komunikasi dan Informatika. 2016. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor:06/PER/M.KOMINFO/05/2010. Jakarta,DKI Jakarta, Indonesia.
- Menteri Perhubungan Republik Indonesia. 2005. Peraturan Menteri Perhubungan Nomor : KM 5 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Jasa Titip. Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia: Menteri Perhubungan Republik Indonesia.
- Saldana, J. 2014. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. United State: SAGE Publications, Inc.
- Nizar. 2021. *Google Review*. Diakses pada hari kamis, 11 november 2021, dari google review website: <https://www.google.com/maps/contrib>
- Oktariyanda, T. A., dan Meirinawati. 2017. *Pelayanan Publik*. Surabaya: UNESA University Press.
- Pemerintah Republik Indonesia. 1995. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1995. Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia.
- Perdana, F. I., dan Hidayat, I. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa PT. Pos Indonesia Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 1-3.
- Pos Indonesia. 2021. *Pos Indonesia*. Diakses pada hari jumat, 12 november 2021, dari Pos Indonesia website: <https://www.posindonesia.co.id/id/content/pos-kilat-khusus>
- Prihatin, E., Pratiwi, A., dan Putra, Y. D. 2021. Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Produk Terhadap PT Pos Indonesia Cabang Lumajang. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, Vol. 5, No. 4.
- Rahmayanti, Y. P. 2020. Kualitas Pelayanan Pada Kantor Pos Enrekang Kabupaten Enrekang. *digilib.unismuh.ac.id*, 37-60.
- Regata, dan Kusumadewi, N. W. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen. *E-jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 1430.
- Rosa, E. F., Najberg, E., dan Sousa, M. D. 2020. Does PSM Matter Among Innovative Government Managers? *Revista de Gestao*, Vol. 27 No. 3.
- Sari, S. W., Sumaryo, dan Mugiono. 2018. The Effect Of Service Quality on Customer Retention Through Commitment and Satisfaction as Mediation Variables in Java Eating Houses. *Journal of Applied Management*, 59.
- Sugianto E. 2017. *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif: Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Suaka Media.
- Tjiptono, F. 2006. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: C.V Andi Off Set.
- Tjiptono, F., dan Chandra, G. 2012. *Pemasaran Strategis, Edisi 2*. Yogyakarta: C.V ANDI OFF SET.
- Top Brand Index Indonesia. 2021. *Top Brand Index* Diakses pada hari senin, 15 november 2021, dari Top Brand Award website: <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>
- Vipriyanti, S., dan Meirinawati. 2021. Kualitas Pelayanan Parkir Berlangganan Untuk Meningkatkan Pendapatan Retribusi Parkir di Dinas Perhubungan Kabupaten Tuban. *Publika. Volume 9 Nomor 2*, 227-240.
- Warsono, H., Qurniawati, D. R., Sitorus, H., dan Fajar, S. M. 2018. Inovasi Layanan MPosPay dan Free Pick Up Pos Indonesia dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan. *JPSI (Journal of Public Sector Innovation)*, Vol. 2, No. 2, 44-50.

Wijayanti, S. K. 2019. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Pos Indonesia (Persero) (Studi Kasus Pada Kantor Pos Cabang Tenggarong). *Gerbang Etam*, 59-68.