

ANALISIS PELAYANAN JASA PENGIRIMAN PAKET PADA PT. POS
INDONESIA (PERSERO) PEKANBARU

Oleh :

Cherli Anggelia,

cherlianggelia@gmail.com

Pembimbing : Drs. H.Rusli Zaili SD, M.Si

Jurusan Ilmu Administrasi – Prodi Administrasi Negara – Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik Universitas Riau

Kampus Bina widya JL. H.R. Soebrantas Km. 12,5 Simp, Baru Pekanbaru 28293 –
Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

The Service Analysis of Delivery Package at PT. Post of Indonesia (persero) Pekanbaru. In the case the researcher background by the phenomenon of customer complaints for its services delivery package at PT. Post of Indonesia (persero) Pekanbaru, so as to be able to compete in the business world oriented public servic, both goverment and private must be able to provide maximum satisfaction in terms of servic to its customers by providing a range of offers and ease of servic. This study is intended to know the implementation of services in the provision of postal services package at PT. Post of Indonesia (persero) Pekanbaru and barriers that constrain services in the provision of postal service package. As for the benefits that can be taken of the results this study are, first : in terms of the theoretical benefits is to develop and improve the ability ti think thraough the application of theory learned author. Secondly : in terms of practical benefits to increase the knowleadge of the author on the implementation of the package delivery services at PT. Post of Indonesia (persero) Pekanbaru, as consideration for the interest and input PT. Post of Indonesia (persero) Pekanbaru and parties who wish to pursue research related to the ame problem.

Theory used in the this study is the theory of Philip Kotler about four determination that the provision of services reliability, responsiveness, assurance, emphaty and tangible. Methods used in this study is descriptive analysis of qualitative with obervation, interviews, and literature. Key informants were used in this study is service manager packagepost, staff of Pekanbaru post office, delivery post of Pekanbaru post office, and parcel post service user community. Researchers then developed with a snowball sampling method.

Besed of the results of the research interviews, observation and literature, it can concluded that the implementation of the postal parcel delivery services performing well but there are some that are considered not optimal. There are still obstacles in the implementation. As for the obstacles that become obstacles in the implementation of the postal parcel servies at PT. Post of Indonesia (persero) Pekanbaru others limited human resources, lack of communication, and dependence with other parties. This has a major

influence on the implementation of the package delivery services at PT. Post of Indonesia (persero) Pekanbaru.

Keywords : Services, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangible

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi ini, tidak dapat dipungkiri bahwa jasa pengiriman barang sangat dibutuhkan, baik itu individu ataupun oleh organisasi/perusahaan. Pengiriman barang (bahan baku, bahan setengah jadi, ataupun barang jadi) yang tidak tepat waktu dapat menyebabkan terlambatnya penyampaian barang. Inilah yang menyebabkan konsumen kurang puas dalam pelayanan jasa pengiriman paket.

Hal ini mengakibatkan tingginya permintaan masyarakat akan jasa sarana pengiriman barang/paket tersebut, dengan demikian pemasaran jasa pengiriman barang/paket juga mengalami peningkatan. Seiring dengan peningkatan kebutuhan masyarakat akan berbagai bentuk pengiriman barang yang berbobot ringan hingga berat maka jenis pengiriman barang/paket yang ditawarkan semakin bertambah.

PT. Pos Indonesia (persero) menyediakan jasa dengan banyak produk, salah satunya adalah layanan paketpos. Jasa pengiriman barang saat ini sudah banyak persaingan dengan sektor swasta. Untuk itu PT. Pos Indonesia (persero) dituntut dapat memiliki nilai lebih dalam menghadapi persaingan yaitu melalui peningkatan pelaksanaan dalam memberikan pelayanannya.

Paketpos adalah layanan hemat untuk pengiriman barang-barang berharga dalam cakupan nasional maupun internasional. Ada beberapa keunggulan dalam bidang jasa paketpos yaitu :

- Dijamin penyerahan kiriman PAKETPOS ke alamat tujuan,
- Tarif ekonomis dan kompetitif.
- Informasi layanan, tarif dan jaringan kiriman PAKETPOS
- Jaminan ganti rugi atas ketepatan waktu penyerahan barang dan keamanan isi kiriman.
- Jaringan PAKETPOS terintegrasi dan terkoneksi dengan sistem teknologi informasi yang memungkinkan status kiriman lebih mudah dilacak dan diketahui.
- Jaringan pengiriman barang melalui PAKETPOS menjangkau seluruh Indonesia (201 kota/kabupaten) dan terus dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat.
- Pick up service disediakan bagi pengiriman barang dengan PAKETPOS dalam jumlah tertentu. Demikian juga, layanan tambahan dapat diberikan sesuai dengan kebutuhan pelanggan bisnis, antara lain berupa : Penyesuaian jangkauan pelayanan atau Standar Waktu Penyerahan, Pick Up Service, Bukti Pengeposan, Berita Acara Penyerahan Barang, Jejak Lacak, Garansi, Ganti Rugi, Reporting atau investigasi yang sifatnya customized by contract dengan tarif negotiable.

Jenis-jenis layanan pengiriman paket pos yang terdapat pada PT. Pos Indonesia (Persero) Pekanbaru meliputi :

1. Paket Pos Biasa
2. Paket Pos Kilat
3. Paket Pos Express

4. Paket Pos kilat khusus

Tidak tercapainya target pada jasa pengiriman paket salah satunya dipengaruhi oleh faktor kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak PT. Pos Indonesia (Persero) Pekanbaru sebagai penyedia jasa. Adanya komplain dari pelanggan juga dapat memberikan penilaian bahwa pelayanan yang diberikan masih belum memuaskan konsumen pengguna jasa hal ini bisa kita lihat dari keluhan pelanggan mengenai keterlambatan titipan pelanggan baik dalam penjemputan maupun pengantaran, kerusakan serta kehilangan titipan.

Dari uraian diatas maka diperoleh fenomena atau gejala dari lapangan antara lain :

- a. Semakin banyaknya perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman barang jasa yang bermunculan.
- b. Masih kurangnya pelayanan yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia (Persero) Pekanbaru baik dari faktor pemberian pelayanan maupun fasilitas yang dimiliki.
- c. Kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap PT. Pos Indonesia (Persero) Pekanbaru dalam jasa pengiriman barang/paket karena masih sering dijumpai keluhan dari masyarakat tentang kerusakan barang yang mereka terima.

Berdasarkan uraian-uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih jauh mengenai analisis pelaksanaan pelayanan yang telah diberikan perusahaan kepada pelanggannya dengan judul : 'Analisis Pelayanan Jasa Pengiriman Paket pada PT. Pos Indonesia (Persero) Pekanbaru'.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Bagaimana pelaksanaan pelayanan dalam pemberian jasa paketpos

pada PT. Pos Indonesia (Persero) Pekanbaru ?

- 2) Apa saja hambatan-hambatan yang menjadi kendala terhadap pelayanan dalam pemberian jasa paketpos pada PT. Pos Indonesia (Persero) Pekanbaru ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

- 1) Untuk mengetahui pelaksanaan pelayanan dalam pemberian jasa paketpos pada PT. Pos Indonesia (Persero) Pekanbaru.
- 2) Untuk mengetahui hambatan – hambatan yang menjadi kendala terhadap pelayanan dalam memberikan jasa paketpos pada PT. Pos Indonesia (Persero) Pekanbaru.

b. Manfaat Penelitian

1. Teoritis

a. Bahan informasi bagi penulis untuk memperdalam pengetahuan khususnya dalam bidang pelayanan jasa pengiriman paketpos pada PT. Pos Indonesia (Persero) Pekanbaru.

b. Sebagai bahan informasi bagi peneliti dan pihak lain yang ingin melanjutkan atau meneliti dengan permasalahan yang sama.

2. Praktis

a. Sebagai masukan bagi PT. Pos Indonesia (Persero) Pekanbaru dalam memberikan pelayanan khususnya pada pelayanan jasa pengiriman paketpos.

D. Konsep Teori

Moenir, H.A.S (2010:27)

mengatakan bahwa yang dimaksud dengan pelayanan adalah serangkaian dari suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang, karena itu pelayanan dapat merupakan suatu proses. Sebagai proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat.

Menurut Kotler, Philip (2009:52) ada 4 (empat) penentuan pemberian layanan jasa, sebagai berikut :

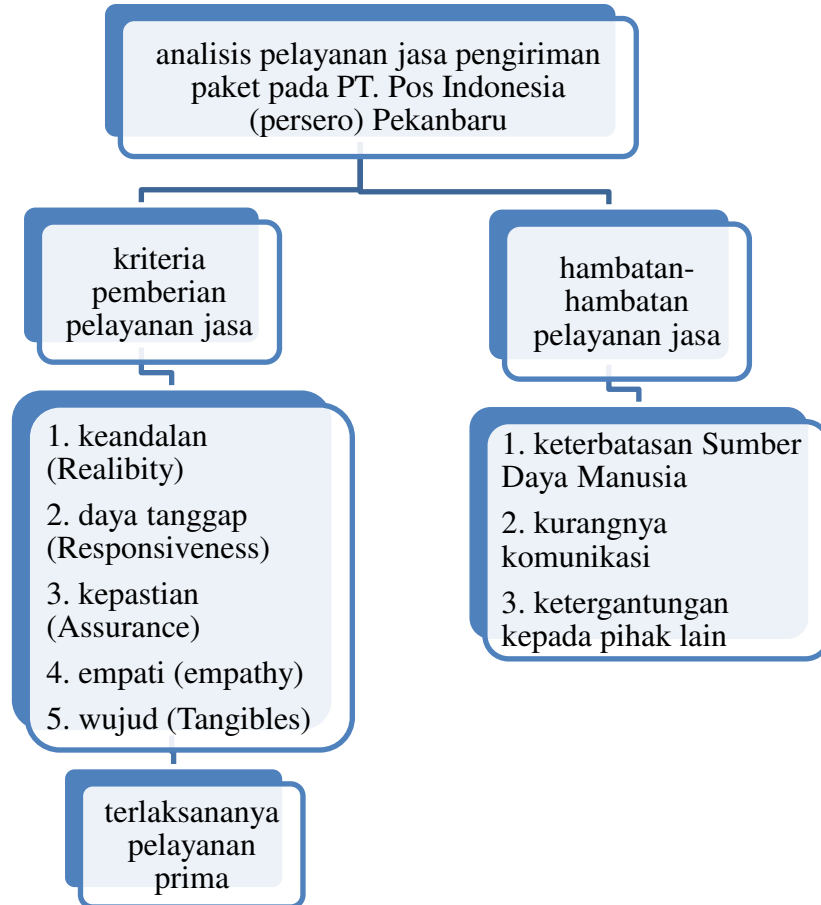
1. Keandalan, yaitu : kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan andal dan akurat.
2. Daya tanggap, yaitu : kesediaan membantu pelanggan dan memberikan layanan tepat waktu.
3. Kepastian, yaitu : pengetahuan dan kesopanan karyawan serta

kemampuan mereka untuk menunjukkan kepercayaan dan keyakinan.

4. Empati, yaitu : kondisi memperhatikan dan memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan.

5. Wujud, yaitu : penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan bahan komunikasi.

E. Kerangka Berfikir



BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Kota Pekanbaru

1. Sejarah Singkat

Nama Pekanbaru dahulunya lebih dikenal dengan nama Senapelan yang pada saat itu dipimpin oleh Kepala Suku yang disebut Batin. Mulanya daerah ini ladang dan berubah menjadi daerah

perkampungan, kemudian perkampungan senapelan pindah kedaerah yang baru yaitu didusun Payung Sekaki yang terletak dimuara Sungai Siak. Namun nama Payung Sekaki tidak dikenal pada masanya dan tetap disebut sebagai Senapelan.

Akhirnya setelah Indonesia merdeka dan pada zaman Pemerintahan Republik Indonesia Pekanbaru berubah status menjadi :

1. Daerah otonom yang disebut *Haminte* (Kota Besar) dan merupakan Ibu Kota Keperesidenan Riau berdasarkan ketetapan gubernur Sumatra di Medan No.103 tanggal 17 Mei 1946.
2. Kota kecil, bagian dari Kabupaten Kampar berdasarkan Undang-undang No.22 Tahun 1948.
3. Kota kecil berdasarkan Undang-undang No.8 Tahun 1956.
4. Kota Praja berdasarkan Undang-undang No.1 Tahun 1957.
5. Ibukota Provinsi Riau setelah dipindahkan dari Tanjung Pinang berdasarkan Kepmendagri No. Desember 52/1/44/-25 tanggal 20 Januari 1959.
6. Kota Madya berdasarkan Undang-undang No.5 Tahun 1974
7. Kota berdasarkan Undang-undang No.22 Tahun 1999.

B. PT. Pos Indonesia (persero) Pekanbaru

1. Sejarah singkat PT. Pos Indonesia (persero) Pekanbaru

PT. Pos Indonesia (persero) Pekanbaru didirikan pada masa perang kemerdekaan Republik Indonesia. Dimana pada saat itu didirikan dengan bergabungnya telegraf. Sehingga dinamakan Kantor Pos dan Telegraf pembantu. Sesudah masa pemulihan (penyerahan kedaulatan) pada tahun 1950 statusnya dirubah menjadi Kantor Pos kelas III dan kelas I. Pada tanggal 27 Maret 1966 dengan keputusan Presiden No. 63 tahun 1966 dilakukan penyempurnaan atas Kabinet Dwikora yang telah disempurnakan, sehingga Menteri Pos dan Telekomunikasi yang dikepalai dirubah statusnya menjadi Departemen Pos dan Telekomunikasi yang dikepalai oleh Dupati Menteri dan didalam lingkungan Kementerian Perhubungan yang dipimpin oleh seorang Menteri Perhubungan.

Kemudian dalam meningkatkan efisiensi dan efektifitas usaha penyelenggaraan jasa pos dan giro, diutamakan agar BUMN Pos dapat secara optimal menjalankan perannya sebagai

salah satu pokok perekonomian nasional dengan PP No. 5 tahun 1955, tanggal 27 february 1995 Perum Pos dan Giro disesuaikan statusnya menjadi perusahaan perseroan, dengan nama PT. Pos Indonesia (persero) dan secara resmi telah terdaftar dengan akte notaris Suthipto,SH Jakarta No. 117/1995 tanggal 20 juni 1995.

2. Visi, Misi dan Motto PT. Pos Indonesia (persero)

Visi PT Pos indonesia (persero)

- Menjadi pemimpin pasar di indonesia dengan menyediakan layanan suratpos, paket, dan logistik yang handal serta jasa keuangan yang terpercaya.

Misi PT. Pos Indonesia (persero)

- Berkomitmen kepada pelanggan untuk menyediakan layanan yang selalu tepat waktu dan nilai terbaik.
- Berkomitmen kepada karyawan untuk memberikan iklim kerja yang aman, nyaman dan menghargai kontribusi.
- Berkomitmen kepada pemegang saham untuk memberi hasil usaha yang menguntungkan dan terus bertumbuh.
- Berkomitmen untuk berkontribusi positif kepada masyarakat.
- Berkomitmen untuk berperilaku transparan dan terpercaya kepada seluruh pemangku kepentingan

Motto PT. Pos Indonesia (persero)

- Sesuai dengan keinginan untuk memberikan pelayanan secara professional maka yang menjadi motto PT. Pos

Indonesia (persero) yaitu “
Tepat Waktu Setiap
Waktu (On Time Every
Time)”.

3. Bentuk dan Makna Logo PT. Pos Indonesia (persero)

Setiap perusahaan dan organisasi memiliki logonya masing-masing yang berfungsi sebagai lambang atau tanda pengenal dari pada perusahaan atau organisasi. Dalam hal ini PT. Pos Indonesia (persero) juga memiliki logonya sendiri sebagai berikut makna yang terkandung di dalamnya. Lambang daripada PT. Pos Indonesia (persero) berupa gambar merpati dan bola dunia.

4. Kegiatan Usaha Perusahaan

Hingga saat ini PT. Pos Indonesia (persero) Pekanbaru tetap memberikan perhatian terhadap pelayanan berbagai jasa pos kepada masyarakat. Beberapa kelompok produk/bisnis sebagai berikut :

- a. Bisnis komunikasi
- b. Bisnis Logistik
- c. Bisnis Keuangan
- d. Bisnis Keagenan
- e. Bisnis Filateli

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Didalam bab ini akan menyajikan data-data yang diperoleh dari hasil penelitian dari petugas kantor pos dan masyarakat yang terpilih menjadi informan untuk memberikan penjelasan mengenai pelayanan jasa pengiriman paketpos pada kantor Pos Pekanbaru. Dari hasil ini terkumpul sejumlah data yang diperlukan tentang pelaksanaan pelayanan jasa pengiriman paketpos dikantor pos Pekanbaru.

Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan permasalahan kedalam 5 (lima) indikator yang dapat menerangkan

bagaimana pelaksanaan pelayanan jasa pengiriman paketpos pada kantor Pos Pekanbaru. Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan pelayanan pengiriman paket pos pada PT. Pos Indonesia (persero) Pekanbaru yang meliputi indikator-indikator sebagai berikut :

1. Keandalan (Realibity)
2. Daya tanggap (Responsiveness)
3. Kepastian (Assurance)
4. Empati (Empathy)
5. Wujud (Tangibles)

Selanjutnya penulis akan menjelaskan masing-masing indikator tersebut menurut jawaban dan wawancara terhadap informan yang telah dilakukan sebelumnya dalam penelitian ini untuk mengetahui tanggapan informan terhadap indikator-indikator diatas tersebut.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah di kemukakan sebelumnya, maka dapatlah ditarik kesimpulan dari penelitian ini yaitu :

1. Pelayanan jasa pengiriman paketpos pada PT. Pos Indonesia (persero) Pekanbaru 28000 sudah menunjukkan kategori baik, namun masih ada sebagian kecil yang dianggap belum optimal. Dalam pelaksanaan memberikan pelayanan jasa, PT. Pos Indonesia (persero) Pekanbaru mempunyai penentuan pemberian pelayanan jasa ada 5 (lima) kriteria yang harus dipenuhi.

2. PT. Pos Indonesia (persero) Pekanbaru 28000 dalam pelaksanaan jasa pengiriman paketpos mengalami hambatan yang menjadi kendala dalam proses pelayanan pengiriman paket pos. Berdasarkan wawancara dengan pihak PT. Pos, penulis dapat menyimpulkan bahwa ada 3 (tiga) yang menjadi faktor penghambat pelayanan yaitu :

- Keterbatasan Sumber Daya Manusia
- Kurangnya Komunikasi
- Ketergantungan Kepada Pihak Lain

A. Saran

1. Pihak PT. Pos perlu memperhatikan keluhan pelanggan dan menanggapinya secara serius, tidak hanya mendengarkan keluhan pelanggan tapi sebisanya agar diselesaikan dengan cepat. Kemudian pihak PT. Pos perlu melakukan pembenahan dalam sistem antrian pada loket pelayanan agar tidak terjadi antrian panjang yang menyebabkan ketidaknyamanan pelanggan. Begitu juga pihak PT. Pos harus melakukan evaluasi kinerja petugas loket dengan cara melakukan pengawasan sehingga loket dapat berfungsi sebagaimana mestinya.
2. Untuk menghindari hambatan yang menjadi kendala dalam pelaksanaan pemberian pelayanan jasa pengiriman paketpos, PT. Pos Indonesia (persero) Pekanbaru 28000 harus memperhatikan ketersediaan sumber daya manusia agar dapat memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan dan mengetahui informasi tentang pelayanan jasa paketpos. Kemudian PT. Pos juga harus menjalin komunikasi yang baik agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam pelaksanaan pengiriman barang.

DAFTAR PUSTAKA

Abdurachman, Oemi, *Dasar-dasar Public Relation*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1990.

Adtya Barata, Atep, *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, PT. Alex Media Komputindo, Jakarta, 2004.

Dwiyanto, Agus, *Manajemen Pelayanan Publik*, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta, 2011.

Dwiyanto, Agus, *Mewujudkan Good Governace Melalui Pelayanan Publik*, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta, 2002.

F.Drucker, Peter, *Manajemen Pemasaran Dasar dan Strategi*, Rajawali, Jakarta, 1975.

Gitosudarmo, indriyo, *Manajemen Pemasaran*, Erlangga, Jakarta, 2001.

Wijaya, Hari & Triton PB, *Pedoman Penulisan Skripsi dan Tesis*, Tugu Publisher, Yogyakarta, 2005.

Kotner, Philip, *Analisis Perencanaan dan Pengendalian*, Erlangga, Jakarta, 1998.

Kotner, Philip, *Manajemen Pemasaran, analisis, perncanaan, implementasi dan kontrol*, alih bahasa Hendra teguh, SE, AK, dan Ronny A. Rusli, SE, AK, edisi ke-9 jilid 2, PT. Prenhalindo, Jakarta, 1998.

Kotner, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Erlangga, Jakarta, 2009.

Miftah, Thoha, *Administrasi Kepegawaian*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2000.

Moenir, H. A.S, *Manajemen Pelayanan Umum*, Bumi Aksara, Jakarta, 2010.

Soedarmayanti, Good Governence, Mandar Maju, Bandung, 2000.

S.p, Siagian, *Peranan Staf Dalam Manajemen*, CV. Gunung Agung, Jakarta, 2000.

Sugiyono, *Methode Penelitian Administrasi*, CV. Alfabeta, Bandung, 2006.

Usman, Husaini, *Metode Penelitian Sosial*, Bumi Aksara, Jakarta, 2009.

www.posindonesia.co.id