

PERAN KOMUNIKASI PETUGAS LOKET TERHADAP PELANGGAN DI KANTOR POS CABANG MANADO

Oleh :

Pingkan Julita Aguw

Desie M.D. Warouw

Johny Semduk

e-mail: pinkaguw@yahoo.com

Abstrak

Petugas loket di kantor pos sangatlah penting untuk melayani pelanggan kantor. Petugas loket haruslah berkomunikasi yang baik ketika melayani pelanggan, harus cepat mengerti dan tau apa yang diinginkan oleh pelanggan. Menjadi petugas loket di kantor pos harus juga didukung oleh penampilan yang menarik, karena itu juga akan menjadi salah satu pendukung dan penilaian dari pelanggan.

Yang masih menjadi permasalahan di kantor pos Manado adalah terjadinya gangguan sistem. Jika itu terjadi maka di loket akan mengalami keterlambatan melayani para pelanggan sehingga terjadi antrian yang panjang menyebabkan keluhan dari pelanggan. Petugas loket tau bagaimana cara berkomunikasi agar supaya pelanggan tidak mengeluh dan marah-marah. Seorang pelanggan juga banyak berinteraksi dengan petugas loket sehingga penanganan kualitas pelayanan di fokuskan kepada para petugas loket. Dari kualitas komunikasi yang baik, citra baik pun dapat terbentuk di mata pelanggan karena dapat menjadi salah satu hal yang mempengaruhi pilihan pelanggan. Oleh karena itu sangat menarik untuk melihat bagaimana cara petugas loket berkomunikasi terhadap pelanggan dalam bidang pelayanan.

Dengan pendekatan deskriptif dengan menggunakan teori S-O-R maka hasil penelitian menemukan bahwa ternyata peran petugas loket sangat penting dalam tugasnya melayani pelanggan di kantor pos.

Kata kunci: peran, petugas loket, melayani, pelanggan

PENDAHULUAN

Di era teknologi informasi saat ini, tantangan di dunia bisnis semakin berat. Ini terkait dengan semakin terbukanya persaingan dimana banyak perusahaan tidak melewatkan kesempatan ambil bagian dalam bisnis yang meraup banyak keuntungan.

Jenis layanan melimpah dengan sistem yang canggih bila tidak didukung oleh pelayanan yang sempurna tentu tidak akan berarti apa-apa. Hal ini terjadi karena seorang pelanggan tentunya ingin mendapat pelayanan memuaskan ketika sedang melakukan transaksi. Petugas loket berperan penting dalam melayani para pelanggan kantor pos. Dalam melayani pelanggan petugas pos harus membangun komunikasi yang baik, cepat mengerti dan tau apa yang diinginkan oleh pelanggan.

Yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana cara petugas loket berkomunikasi dengan baik terhadap pelanggannya di kantor pos cabang Manado?

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui cara pelayanan yang dilakukan oleh petugas loket kantor pos terhadap pelanggannya.

TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini

maksudnya adalah satu makna. Jika dua orang terlibat dalam komunikasi maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dikomunikasikan, yakni baik si penerima maupun si pengirim sepaham dari suatu pesan tertentu" (Effendy, 2002:9).

Berkomunikasi bukan sekedar memberitahu, tetapi juga berupaya mempengaruhi agar seseorang atau sejumlah orang agar melakukan tindakan yang diinginkan oleh komunikator. Hal itu bisa terjadi apabila komunikasi yang disampaikan bersifat komunikatif yaitu komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan harus benar-benar di mengerti dan dipahami oleh komunikan.

Dalam kehidupan kita sebagai manusia, tentu kita tidak bisa melepaskan diri dari sesuatu yang kita sebut dengan komunikasi. Komunikasi merupakan cara manusia untuk berinteraksi dengan sesamanya sebagai wujud dari sifat manusia sebagai makhluk sosial.

Pelanggan

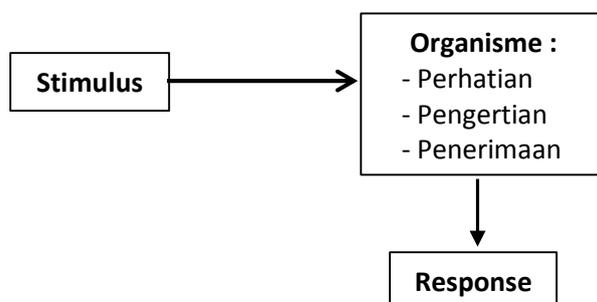
Pelanggan sendiri adalah publik utama sebuah perusahaan. Perusahaan bisa berjalan karena ada pelanggan yang harus mereka layani. *Customer* (pelanggan) berasal dari kata *custom* yang didefinisikan sebagai "membuat sesuatu menjadi kebiasaan atau biasa" dan "mempraktikkan kebiasaan". Jadi pelanggan adalah seseorang yang terbiasa membeli dari perusahaan tersebut.

Teori Stimulus Organism Respons (S-O-R)

Untuk menjabarkan tentang tanggapan yang merupakan efek dari komunikasi maka di gunakan teori S-O-R. Dimulai pada tahun 1930-an, lahir suatu model klasik komunikasi yang banyak mendapat pengaruh teori psikologi, Teori S-O-R singkatan dari Stimulus-Organism-Response. Objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen: sikap, opini, perilaku, kognisi afeksi dan konasi.

Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap.

Teori ini mendasarkan asumsi bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku tergantung kepada kualitas rangsang (stimulus) yang berkomunikasi dengan organisme. Artinya kualitas dari sumber komunikasi (*sources*) misalnya kredibilitas, kepemimpinan, gaya berbicara sangat menentukan keberhasilan perubahan perilaku seseorang, kelompok atau masyarakat.



Teori S-O-R Proses komunikasi sebagaimana digambarkan diatas memperlihatkan bahwa respons akan terbentuk dengan baik apabila rangsangan (stimulus) yang diberikan komunikator diterima secara baik. Untuk selanjutnya apabila komunikasi memiliki perhatian maka proses berikutnya adalah adanya pengertian yang berujung perhatian.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif. Metode penelitian deskriptif bertujuan untuk mengumpulkan informasi actual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku, membuat perbandingan atau evaluasi dan menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.

Pendapat lain dikemukakan oleh Jalaludin Rakhmat dalam bukunya Metode Penelitian Komunikasi (2007 : 25) mengatakan penelitian deskriptif ditujukan untuk :

- 1.Mengumpulkan informasi actual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada.
- 2.Mengidentifikasikan masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku
- 3.Membuat perbandingan atau evaluasi
- 4.Menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.

Populasi dan Sampel

Populasi menurut Kamarudin adalah semua individu yang menjadi sumber pengambilan sampel (Mardalis, 1996:53).Sedangkan menurut Suharsimi (1993:102) adalah keseluruhan subjek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang datang ke kantor pos cabang Manado. Jumlah populasi 350 orang

Dalam penelitian ini jumlah sampel yang diteliti adalah 35 orang (10% dari 350 orang).Hal ini sesuai dengan pendapat Suharsimi yang mengatakan bahwa jika populasi besar maka dapat diambil sampel antara 10-15% dari populasi. (1991:107).

Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara dan catatan lapangan dengan mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Rumusan perhitungan presentase yang dalam penelitian ini adalah :

$$P = \frac{F}{N} 100$$

P = presentase

F = frekuensi

N = jumlah data

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Sejarah Kantor Pos

Sejarah mencatat keberadaan Pos Indonesia begitu panjang, Kantorpos pertama didirikan di Batavia (sekarang Jakarta) oleh Gubernur Jendral G.W Baron van Imhoff pada tanggal 26 Agustus 1746 dengan tujuan untuk lebih menjamin keamanan surat-surat penduduk, terutama bagi mereka yang berdagang dari kantor-kantor di luar Jawa dan bagi mereka yang datang dari dan pergi ke Negeri Belanda. Sejak itulah pelayanan pos telah lahir mengemban peran dan fungsi pelayanan kepada publik.

Pos Indonesia telah beberapa kali mengalami perubahan status mulai dari Jawatan PTT (Post, Telegraph dan Telephone). Badan usaha yang dipimpin oleh seorang Kepala Jawatan ini operasinya tidak bersifat komersial dan fungsinya lebih diarahkan untuk mengadakan pelayanan 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 Juni 1995 berubah menjadi Perseroan Terbatas dengan nama PT Pos Indonesia (Persero).

Dengan 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/kabupaten, hampir 100 persen kecamatan dan 42 persen kelurahan/desa, dan 940 lokasi transmigrasi terpencil di Indonesia. Seiring dengan perkembangan informasi, komunikasi dan teknologi, jejaring Pos Indonesia sudah memiliki 3.700 Kantorpos online, serta dilengkapi elektronik mobile pos di beberapa kota besar. Semua titik merupakan rantai yang terhubung satu sama lain secara solid & terintegrasi. Sistem Kode Pos diciptakan untuk mempermudah processing kiriman pos dimana tiap jengkal daerah di Indonesia mampu diidentifikasi dengan akurat.

Karakteristik Responden

Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi

No	Profesi	Jumlah (orang)
1.	Pelajar	10
2.	Pekerja	18
3.	Belum Bekerja	7
Jumlah		35

Berdasarkan tabel di atas pelanggan yang sering sekali berkunjung ke kantor pos berjumlah 20%, yang sering berjumlah 60%, dan yang kadang-kadang berkunjung berjumlah 20%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden sering mengunjungi kantor pos, masih banyak masyarakat yang sering mengunjungi kantor untuk menggunakan jasa pos baik dalam membayar tagihan atau mengirim barang.

Karakteristik Responden berdasarkan Apakah Peran Petugas Loker Membantu Pelanggan

Jawaban	Frekuensi	Presentase%
Sangat membantu	28	80%
Membantu	7	20%
Cukup Membantu	0	0
Kurang Membantu	0	0
Jumlah	35	100%

Berdasarkan tabel di atas peran petugas loket sangat membantu berjumlah 80%, membantu 20%, dan cukup membantu 0, dan kurang membantu 0. Peran petugas loket sangatlah membantu para pelanggan di kantor pos. Dapat di simpulkan bahwa peran petugas loket sangatlah membantu para pelanggan. Untuk mengirim barang, membayar tagihan atau membayar pajak harus melalui loket, dan petugas loket berkewajiban membantu pelanggannya.

Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan Jasa Layanan Kantor Pos

Jawaban	Frekuensi	Presentase %
Lebih murah	7	20%
Barang cepat sampai	14	40%
Terbiasa menggunakan jasa kantor pos	14	40%
Jumlah	35	100%

Berdasarkan tabel di atas alasan pelanggan menggunakan jasa layanan kantor pos, lebih murah berjumlah 20%, barang cepat sampai berjumlah 40%, dan terbiasa menggunakan jasa kantor pos berjumlah 40%. Dapat di simpulkan bahwa banyak responden menggunakan jasa pos karena sudah terbiasa, dan banyak responden mengirim barang melalui pos karena barang cepat sampai.

Karakteristik Responden Berdasarkan Kendala Apa Saja Yang Ditemui Selama Menggunakan Jasa Layanan Pos

Jawaban	Frekuensi	Presentase %
Sistem Error	21	60%
Antrian panjang	7	20%
Pengiriman barang tertunda	7	20%
Jumlah	35	100%

Berdasarkan tabel di atas kendala yang di temui oleh pelanggan dalam menggunakan jasa pos, sistem eror berjumlah 60%, antrian panjang berjumlah 20%, dan pengiriman barang tertunda berjumlah 20%. Sistem yang eror terkandung menjadi kendala dalam melayani pelanggan kantor pos. Dapat di simpulkan bahwa kendala yang di temui di kantor pos adalah terjadinya sistem eror dari pusat. Jika sistem eror terjadi maka kegiatan di loket akan terganggu, membayar tagihan atau membayar pajak tidak bisa di lakukan. Banyak pengeluhan dari pelanggan karena tidak bisa membayar tagihan atau membayar pajak, dan seringkali akan terjadi antrian yang panjang.

Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Pelanggan Mengunjungi Kantor Pos

Jawaban	Frekuensi	Presentase %
Mengirim Barang	7	20%
Mengambil Barang	7	20%
Membayar Tagihan	21	60%
Jumlah	35	100%

Berdasarkan table di atas pelanggan yang mengirim barang berjumlah 20%, yang mengambil barang berjumlah 20%, dan yang datang membayar tagihan berjumlah 60%. Dengan demikian dapat di simpulkan bahwa pelanggan yang datang ke kantor pos lebih banyak yang datang untuk membayar tagihan, seperti membayar tagihan telepon rumah, telepon seluler, tagihan listrik, tagihan indovison atau membayar pajak.

Karakteristik Responden Berdasarkan Kendala Apa Saja Yang Ditemui Selama Menggunakan Jasa Layanan Pos

Jawaban	Frekuensi	Presentase %
Sistem Eror	21	60%
Antrian panjang	7	20%
Pengiriman barang tertunda	7	20%
Jumlah	35	100%

Berdasarkan tabel di atas kendala yang di temui oleh pelanggan dalam menggunakan jasa pos, sistem eror berjumlah 60%, antrian panjang berjumlah 20%, dan pengiriman barang tertunda berjumlah 20%. Sistem yang eror terkandung menjadi kendala dalam melayani pelanggan kantor pos. Dapat di simpulkan bahwa kendala yang di temui di kantor pos adalah terjadinya sistem eror dari pusat. Jika sistem eror terjadi maka kegiatan di loket akan terganggu, membayar tagihan atau membayar pajak tidak bisa di lakukan. Banyak pengeluhan dari pelanggan karena tidak bisa membayar tagihan atau membayar pajak, dan seringkali akan terjadi antrian yang panjang.

Karakteristik Responden Berdasarkan Standart Petugas Pos Dalam Melayani Pelanggan Memenuhi Syarat

Jawaban	Frekuensi	Presentase%
Memenuhi syarat	7	20%
Cukup memenuhi syarat	28	80%
Tidak memenuhi syarat	0	0
Jumlah	35	100%

Berdasarkan tabel di atas standart petugas pos dalam melayani pelanggan memenuhi syarat berjumlah 20%, cukup memenuhi syarat 80%, dan tidak memenuhi syarat berjumlah 0. Dalam melayani pelanggan, petugas pos sudah cukup memenuhi syarat, alangkah baiknya jika pelayanan di kantor pos standartnya lebih di tingkatkan. Dapat di simpulkan bahwa standart petugas loket dalam melayani pelanggannya masih belum terlalu memenuhi syarat. Kualitas petugas loket dalam melayani pelanggan harus lebih di tingkatkan lagi. Senyum salam dan sapa harus selalu di terapkan dalam melayani para pelanggan.

Karakteristik Responden Berdasarkan Peran Petugas Locket di Kantor Pos itu Penting

Jawaban	Frekuensi	Presentase %
Sangat penting	28	80%
Kurang penting	7	20%
Tidak penting	0	0
Jumlah	35	100%

Berdasarkan data tabel diatas peran petugas locketdi kantor pos sangat penting 80%, kurang penting 20%, tidak penting 0. Peran petugas locket memang sangatlah penting karena merekalah yang akan melayani para pelanggan di kantor pos. Dapat di simpulkan bahwa peran petugas locket sangatlah penting dalam membantu para pelanggan kantor pos karena untuk mengirim barang atau membayar tagihan-tagihan harus melalui locket, dan petugas pos yang berkewajiban membantu para pelanggan tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil membuktikan bahwa dalam era modern dan canggih sekarang ini, jasa pos masih di perlukan. Masih banyak masyarakat yang menggunakan jasa pelayanan pos baik dalam mengirim barang, membayar tagihan-tagihan dan membayar pajak. Peran petugas locket sangatlah penting dalam melayani pelanggan kantor pos. Petugas locket berkewajiban membantu para pelanggannya baik dalam proses mengirim barang atau membayar tagihan-tagihan. Komunikasi yang baik antara petugas locket dengan pelanggannya sangatlah penting. Petugas locket harus memperhatikan tata cara bicara, sikap dan perilaku dalam melayani pelanggan.

Saran

Standart kualitas petugas locket dalam melayani pelanggan di kantor pos cabang Manado harus lebih di tingkatkan agar citra pos di mata masyarakat akan lebih baik lagi dan tidak banyak pelanggan yang akan lari ke perusahaan lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Deddy Mulyana, 2002, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Rakhmat, Jalaluddin., 1993. *Metode Penelitian Komunikasi*, Jakarta: Pustaka Jaya.
- Kamus besar bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1997
- Uchajana Onong Effendy. 1990. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Rogers, Everett. M, dan Shoemaker F. Flaoyed. 1971, *Communication of Inovation*. London: Free Press Macmillan Publishing
- Arikunto, Suharsimi. 1993. *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Usman Rianse dan Abdi. 2008. *Metedologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*.

Yusuf, Pawit. 2009. *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*. Jakarta: Bumi Askara.

Sumber Lain:

<http://www.bimbingan.org/penelitian-secara-deskriptif-menurut-para-ahli.htm>

<http://dilihatya.com/3456/pengertian-pelanggan-menurut-para-ahli-adalah>

www.wikiensiklopedia.com