

**ANALISIS STRATEGI LAYANAN JASA POS SURAT KORPORAT PADA
KANTOR POS CABANG UTAMA MADIUN**

SKRIPSI



Oleh:

Hafizhah Rofi'unnisaa

NIM. 401180208

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

2022

ABSTRAK

Rofi'unnisaa, Hafizhah. Analisis Strategi Layanan Jasa Pos Surat Korporat Pada Kantor Pos Cabang Utama Madiun. Skripsi. 2022. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Faruq Ahmad Futaqi, SE., M.E

Kata Kunci: Strategi Pelayanan, Layanan Prima, Surat Korporat

Penelitian ini dilatar belakangi oleh hasil pengamatan secara langsung pengiriman surat/barang korporat di Kantor Pos Cabang Utama Madiun, yaitu seringkali adanya keluhan yang terkait dengan pelayanan pengiriman barang dan surat korporat yang terlambat bahkan tak sampai ke tangan penerima. Hal ini menarik untuk diteliti lebih mendalam terkait dengan pelayanan korporat di PT Pos Indonesia.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi layanan yang diterapkan pada jasa Pos surat korporat di Kantor Pos Cabang Utama Madiun. untuk mengetahui dampak strategi layanan pada kepuasan konsumen jasa Pos surat korporat di Kantor Pos Cabang Utama Madiun dan untuk mengetahui inovasi jasa layanan surat korporat yang dilakukan oleh Kantor Pos Cabang Utama Madiun. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik pengambilan data menggunakan wawancara beberapa narasumber yaitu pegawai Kantor Pos Yeyen Dwi Widyawati dan Lusi Nurmawati serta Anisa selaku konsumen.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi layanan surat korporat memperhatikan 5 elemen yaitu kehandalan, jaminan, daya tanggap, bukti nyata dan empati, strategi layanan yang diberikan oleh Kantor Pos Cabang Madiun memberikan dampak negatif dan positif. Dampak positif yang terjadi adalah pendapatan yang meningkat setiap bulannya. Konsumen yang merasakan cukup puas dengan layanan yang diberikan. Banyaknya perusahaan-perusahaan yang bekerjasama dengan Kantor Pos Cabang Madiun dalam bidang surat korporat. Bertambahnya kosumen dan konsumen tetap yang selalu menjaga hubungan baik dengan pihak kantor Pos Cabang Madiun. Namun masih ada strategi layanan yang tidak maksimal yaitu karena adanya komplain karena keterlambatan pengiriman. Inovasi yang diberikan antara lain memberikan diskon dan juga meningkatkan kerja sama dengan beberapa perusahaan *finance*.

LEMBAR PESETUJUAN UJIAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Puspita Jaya desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1	Hafizhah Rofi'unnisaa	401180208	Ekonomi Syariah	Analisis Strategi Layanan Jasa Pos Surat Korporat Pada Kantor Pos Cabang Utama Madiun

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk
diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 3 November 2022

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Dr. Lihay Prasetyo, S.Ag., M.E.I.
NIP. 197801122006041002

Menyetujui,
Pembimbing

Faruq Ahmad Futagi, M.E.
NIP. 198311262019031006

LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

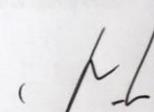
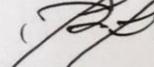
Judul : Analisis Strategi Layanan Jasa Pos Surat Korporat Pada Kantor Pos
Cabang Utama Madiun

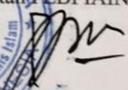
Nama : Hafizhah Rofi'unnisaa
NIM : 401180208
Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

DEWAN PENGUJI:

Ketua Sidang
Unun Roudlotul Janah, M.Ag.
NIP. 197507162005012004
Penguji I
Moh. Faizin, M.S.E
NIP. 198406292018011001
Penguji II
Faruq Ahmad Futaqi, M.E.
NIP. 198311262019031006

()
:
()
:
()

Ponorogo, 21 Novemberr 2022
Mengesahkan,
Dekan, FEBI IAIN Ponorogo

Dr. H. Lutfi Hadi Aminuddin, M.Ag.
NIP. 197207142000031005

SURAT PESETUJUAN PUBLIKASI

SURAT PESETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hafizhah Rofi'unnisaa
NIM : 401180208
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi/Tesis :

Analisis Strategi Layanan Jasa Pos Surat Korporat Pada Kantor Pos Cabang Utama Madiun

Menyatakan bahwa naskah skripsi / tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Magetan, 21 November 2022

Penulis



(Hafizhah Rofi'unnisaa)

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hafizhah Rofi'unnisaa

NIM : 401180208

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

**"ANALISIS STRATEGI LAYANAN JASA POS SURAT KORPORAT
PADA KANTOR POS CABANG UTAMA MADIUN"**

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Magetan, 1 November 2022
Pembuat Pernyataan,



Hafizhah Rofi'unnisaa
NIM. 401180208

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PESETUJUAN UJIAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
SURAT PESETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	7
E. Studi Penelitian Terdahulu	8
F. Metode Penelitian	17
1. Pendekatan Penelitian.....	17
2. Kehadiran Peneliti	18
3. Tempat dan Waktu Penelitian	19
4. Data dan Sumber Data	19
5. Teknik Pengumpulan Data.....	20
6. Teknik Analisis Data	23
7. Teknik Pengecekan Keabsahan Data.....	25
G. Sistematika Pembahasan	28
BAB II	31
KAJIAN TEORI.....	31
A. Konsep Straregi Pelayanan.....	31
1. Pengertian Strategi.....	31
2. Pengertian Pelayanan.....	33
3. Strategi Pelayanan Prima	37
4. Layanan Jasa	40
B. Konsep Surat Korporat.....	42

1. Pengertian Surat Korporat.....	42
BAB III.....	44
PENERAPAN STRATEGI LAYANAN PADA JASA POS SURAT	
KORPORAT DI KANTOR POS CABANG MADIUN.....	44
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	44
1. Sejarah Pos Indonesia (Persero)	44
2. Tujuan Perusahaan, Visi, Misi, Persyaratan Utama Pos Indonesia	45
3. Makna Logo Pos Indonesia	46
4. Struktur Organisasi dan Job Desk Kantor POS Cabang Madiun.....	47
B. Implementasi Strategi Layanan yang diterapkan pada Jasa Pos Surat	
Korporat di Kantor Pos Cabang Utama Madiun.....	53
C. Implementasi Dampak Strategi Layanan pada kepuasan konsumen Jasa Pos	
Surat Korporat di Kantor Pos Cabang Utama Madiun.....	61
D. Implementasi Inovasi Jasa Layanan Surat Korporat Yang Dilakukan Oleh	
Kantor Pos Cabang Utama Madiun	66
BAB IV.....	57
PEMBAHASAN.....	57
A. Analisis Strategi Layanan yang diterapkan pada Jasa Pos Surat Korporat di	
Kantor Pos Cabang Utama Madiun	57
B. Analisis Dampak Strategi Layanan pada kepuasan konsumen Jasa Pos	
Surat Korporat di Kantor Pos Cabang Utama Madiun.....	76
C. Analisis Inovasi Jasa Layanan Surat Korporat Yang Dilakukan Oleh	
Kantor Pos Cabang Utama Madiun	80
BAB V	82
PENUTUP.....	82
A. Kesimpulan.....	82
B. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	84

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini pada era globalisasi yang saat ini semakin maju, aspece penggunaan jasa menempati kedudukan yang sangat signifikan dalam kehidupan masyarakat umumnya. Salah satu sektor jasa yang menaruh sumbangan potensial bagi negara merupakan sektor telekomunikasi.¹ Saat ini industri komunikasi bertumbuh sangat pesat, dimana mengakibatkan persaingan sangat ketat diantara perusahaan komunikasi baik pada pasar domestik juga internasional. Dengan semakin banyaknya perusahaan yang beranjak dibidang komunikasi, maka setiap perusahaan jasa berusaha agar melakukan pelayanan yang terbaik pada konsumennya, baik secara kualitas juga kuantitas.²

Dewasa ini kebutuhan masyarakat yang serba dipenuhi dengan cara *online* menyebabkan tingginya kebutuhan pengiriman jasa. Banyaknya *online store*, tentu akan mempengaruhi layanan pengiriman. Banyak penduduk yang saling mengirimkan barang menurut lokasi tertentu ke lokasi lainnya, hingga ke daerah pelosok sekalipun. Karena masyarakat pada umumnya lebih memilih belanja online karena juga menghemat waktu, atau mungkin ada kebutuhan mendadak jadi tidak perlu repot-repot

¹ Lutvyana Vin Sepbrina Putri, *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Jasa Terhadap Loyalitas Konsumen Di PT. Pos Indonesia (Studi Kasus Di PT. Pos Indonesia Cabang Madiun)*, Iain Ponorogo, 2019.

² Fandi Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1996), 51.

datang ke *store* nya. Dan untuk yang tinggal di pelosok tidak harus jauh-jauh ke kota untuk berbelanja. Tidak bisa dipungkiri bahwa jasa pengiriman barang ini sangat dibutuhkan baik itu individu ataupun oleh organisasi/perusahaan. PT. Pos Indonesia menjadi salah satu perusahaan yang bergerak pada bidang jasa pengiriman dan juga merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN).¹ Dalam kehidupan bangsa dan negara kebutuhan berkomunikasi perlu dilayani menggunakan penyelenggaraan pos yang baik. Dengan adanya perkembangan PT. Pos Indonesia juga meluasnya gerak rakyat, pos menjadi prasarana komunikasi pada bidang politik, ekonomi, sosial, budaya, pertahanan dan keamanan nasional dalam hakikatnya wajib sanggup memperkokoh kesatuan dan persatuan bangsa dan negara dan mempererat interaksi antar bangsa, melancarkan interaksi aparat pemerintah dengan rakyat dan antara anggota rakyat, menghilangkan isolasi wilayah terpencil dan wilayah yang baru dibuka. Untuk itu pos diselenggarakan oleh negara demi kepentingan umum.

Kantor Pos Cabang Utama Madiun yang terletak di jalan Pahlawan No. 24 Kota Madiun sebagai lembaga yang berorientasi bisnis sekaligus sosial dalam menghadapi persaingan dengan perusahaan-perusahaan pengiriman jasa lainnya tidak lepas dari usahanya menunjukkan kualitas jasanya untuk memenuhi harapan, mencari dan mempertahankan konsumen. Didalam Kantor Pos Madiun tidak hanya melayani pengiriman individu dan jasa keuangan saja melainkan terdapat pengembangan

¹ <http://www.posindonesia.co.id> (diakses pada tanggal 15 Januari 2022, jam 08.00 WIB).

layanan yang berupa layanan jasa pos surat korporat. Yaitu merupakan bentuk kerjasama antara perusahaan korporat dengan Kantor Pos Madiun. Layanan korporat yang ditujukan bagi perusahaan yang sudah terikat perjanjian dengan kantor pos dan ritel yang ditujukan untuk masyarakat umum yang ingin mengirimkan dokumen, surat maupun barang berharga.

Namun dalam pengiriman surat korporat, Kantor Pos Madiun tidak hanya menerima pengiriman surat korporat berupa surat saja tetapi juga berupa barang. Sebenarnya tergantung permintaan perusahaan korporat tersebut. Begitu juga dengan jenis pengirimannya, perusahaan korporat berhak menentukan dengan apa jenis pengirimannya. Bisa menggunakan layanan yang cepat atau premium dengan menggunakan layanan Pos Express atau bisa menggunakan layanan yang biasa yaitu Pos Kilat Khusus yang berdurasi sekitar 2 sampai 3 hari sampai.² Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas. Artinya, jasa yang diterima atau dirasakan lebih menyenangkan dibanding harapannya, maka akan menimbulkan kepuasan, sebaliknya apabila yang diterima atau dirasakan kurang dari harapan, maka dikatakan kualitas layanan tidak sesuai harapan.³ Kualitas memberikan dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan.⁴ Namun pada kenyataannya di Kantor Pos Madiun sering terjadi pengiriman

² Yeyen, *Wawancara*, 11 Mei 2022.

³ Padma T Wibawa Naili Farida dan Sari Listyorini, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan PT. Matahari Silverindo Jaya Semarang*”, *Diponegoro Journal of Social and Politic*, Vol. 02, (2014), 2.

⁴ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Afabeta, 2017), 54.

surat/barang korporat yang tidak tepat waktu yang akhirnya dapat menyebabkan terlambatnya penyampaian barang. Inilah yang menyebabkan konsumen kurang puas dalam pelayanan jasa pengiriman paket pada Kantor Pos. Yang mana kondisi saat ini membuat perusahaan harus dapat bertahan dengan persaingan yang ketat terutama persaingan yang terjadi antara perusahaan yang sejenis. Hal ini juga membuat perusahaan harus dapat menerapkan strategi layanan dengan memberikan pelayanan yang berkualitas yang benar dan sesuai agar konsumen puas dan dapat menjaga kelangsungan hidup juga kemajuan perusahaan. Disamping itu, melihat keadaan pasar saat ini membuat perusahaan tidak hanya berorientasi pada penjualan dengan menciptakan produk atau jasa berkualitas saja tetapi juga harus mampu memahami apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen.

Berdasarkan hasil pengamatan yang saya lihat bahwa pengiriman surat/barang korporat di Kantor Pos Cabang Utama Madiun ini banyak sekali masalah-masalah yang terus ada misalnya pada bulan Oktober 2021 kemarin masalah yang dihadapi oleh PT. Pos Indonesia Cabang Utama Madiun yaitu seringkali adanya keluhan yang terkait dengan pelayanan pengiriman barang dan surat korporat yang terlambat bahkan tak sampai ke tangan penerima. Keluhan lainnya adalah keengganan Kantor Pos untuk mengantar kiriman tepat waktu, entah itu disebabkan oleh faktor eksternal maupun internalnya sendiri. Sehingga baik penerima maupun pengirim harus bolak balik ke Kantor Pos untuk mengecek. Berdasarkan hasil

wawancara dan observasi diketahui bahwa permasalahan sering terjadi karena angkutan. Selain itu konsumen juga terkadang melakukan komplain dikarenakan paket korporat masih terselip dikantong, surat terjatuh ataupun surat hilang dan juga sering surat terkena tetesan air sehingga membuat bagian alamat pada surat tidak terlihat dan menyebabkan pelayanan pengiriman tertunda. Di Kantor Pos angkutan yang digunakan adalah angkutan primer atau angkutan besar yang hanya bisa melewati jalan utama sehingga tidak bisa cepat sampai ke kantor-kantor pos cabang. Hal tersebut akan mempengaruhi layanan dan kepuasan konsumen.

Layanan yang diberikan akan berpengaruh pada kepuasan konsumen. Akan tetapi bisa dilihat pada kenyataannya semakin bertambah hari selalu ada *customer* yang datang ke Kantor Pos untuk mengecek paketnya, karena ternyata belum sampai ke tangan penerima. Strategi layanan jasa surat korporat yang di gunakan Kantor Pos Madiun merupakan dengan mengirimkan surat/barang korporat tersebut tepat waktu. Namun tidak dengan kenyataannya. Tentunya bisa lebih fokus ke pelanggan adalah hal yang utama dengan didukung kualitas layanan jasa secara maksimal yang diberikan dan mendorong kepada konsumen agar loyal dan tetap setia memilih menggunakan jasa layanan pos daripada jasa pengiriman lainnya.

Berdasarkan pernyataan diatas, seharusnya dengan adanya realita yang ada, kantor Pos Cabang Utama Madiun memiliki dampak yang

kurang signifikan terhadap *customer* yang menggunakan layanan pos. Hal tersebut bertolak belakang dengan teori yang ada, karena memang pada kenyataannya jasa layanan korporat ini tetap berlangsung sebagaimana mestinya. Pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam perusahaan yang menyediakan jasa. Padahal layanan jasa pengiriman korporat ini sering mengalami masalah entah dari faktor internal maupun eksternal. Maka dari itu, penulis tertarik untuk menganalisa strategi layanan yang dilakukan oleh Kantor Pos Cabang Utama Madiun untuk layanan jasa surat korporat melalui penelitian yang berjudul **“Analisis Strategi Layanan Jasa Pos Surat Korporat Pada Kantor Pos Cabang Utama Madiun”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang hendak diteliti, yaitu:

1. Bagaimana strategi layanan yang diterapkan pada jasa pos surat korporat di kantor pos cabang utama Madiun?
2. Bagaimana dampak strategi layanan pada kepuasan konsumen jasa pos surat korporat di kantor pos cabang utama Madiun?
3. Bagaimana inovasi jasa layanan surat korporat yang dilakukan oleh kantor pos cabang utama Madiun?

C. Tujuan Penelitian

Berangkat dari rumusan masalah diatas, serta untuk memudahkan pembahasan dalam penelitian ini, maka peneliti memfokuskan penelitian sebagai berikut untuk diangkat.

1. Untuk mengetahui Strategi Layanan yang diterapkan pada Jasa Pos Surat Korporat di Kantor Pos Cabang Utama Madiun.
2. Untuk mengetahui dampak Strategi Layanan pada kepuasan konsumen Jasa Pos Surat Korporat di Kantor Pos Cabang Utama Madiun.
3. Untuk mengetahui inovasi jasa layanan Surat Korporat yang dilakukan oleh Kantor Pos Cabang Utama Madiun.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini tentunya memiliki beberapa manfaat bagi umum ataupun beberapa pihak. Berdasarkan tujuan yang telah di rumuskan, maka diharapkan penelitian ini bermanfaat sebagai berikut ini :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa IAIN Ponorogo dalam melakukan penelitian selanjutnya, dan juga menambah khasanah pustaka untuk mahasiswa Ekonomi Syariah khususnya mengenai konsep yang terkait dengan strategi layanan dan layanan jasa pengiriman.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi PT. Pos Indonesia Cabang Utama Madiun

Penelitian ini diharapkan memberi bahan informasi yang bermanfaat untuk mengambil kebijakan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan korporat di PT. Pos Indonesia Cabang Utama Madiun

b. Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan sebagai hasil pengamatan langsung serta dapat memahami penerapan disiplin ilmu yang diperoleh selama studi di perguruan tinggi

E. Studi Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan oleh Ruth C.D.BR.Marbun pada tahun 2019, dengan judul **“Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pada Pengiriman Paket PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Medan 20000”** penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil dari penelitian ini, peneliti menyimpulkan bahwa untuk meningkatkan dimensi kualitas layanan pada Pada Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Medan 20000 sebaiknya pegawai para perusahaan Kantor Pos medan lebih peduli dengan keluhan, masalah dan tanggung jawab yang dimiliki nasabah agar dapat lebih meningkatkan pelayanan yang diberikan pada setiap nasabah.⁵ Persamaan dengan penelitian peneliti adalah sama-sama meneliti mengenai pelayanan jasa pada pengiriman paket PT. Pos Indonesia. Sedangkan perbedaannya ada pada lokasi objek penelitian.

⁵ Ruth C.D.BR.Marbun, *Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pada Pengiriman Paket PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Medan 20000, Tugas Akhir*, (Universitas Sumatera Utara Medan, 2019).

Penelitian ini dilakukan oleh Vera Octavia pada tahun 2016, dengan judul **“Kualitas Pelayanan di Kantor Pos Cabang Cikampek Kabupaten Karawang”** fokus penelitian ini adalah kualitas pelayanan di Kantor Pos cabang cikampek kabupaten karawang. Tujuan dari penellitian ini adalah untuk mengetahui berapa besar kualitas pelayanan di kantor pos cabang cikampek kabupaten karawang. Namun pada kenyataannya yang peneliti temukan masih adanya jaringan *error* atau tidak berfungsi, keterlambatan pengiriman, kurang ramahnya pegawai, kurangnya sarana dan prasarana, dan lahan parkir yang tidak memadai. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Kantor Pos Cikampek menunjukkan bahwa kualitas pelayanan baik sesuai dengan penelitian dan menghitung survei yang telah dilakukan oleh peneliti.⁶ Peneliti dapat mengambil persamaan dengan peneliti sebelumnya yaitu, penelitian ini dilakukan dengan menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dan penelitian ini sama-sama menganalisis tentang layanan Pos. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu beberapa peneliti sebelumnya menggunakan teknik analisis jalur dengan model analisis interaktif, sedangkan penelitian peneliti terfokus pada strategi layanan yang digunakan oleh pihak Kantor Pos pada jasa pengiriman.

Penelitian ini dilakukan oleh Cherli Anggelia pada tahun 2014, dengan judul **“Analisis pelayanan jasa pengiriman paket pada PT. Pos**

⁶ Vera Octavia, *Kualitas Pelayanan di Kantor Pos Cabang Cikampek Kabupaten Karawang, Thesis*, (Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, 2016).

Indonesia (PERSERO) Pekanbaru” Penelitian ini berfokus pada permasalahan lima indikator yang dapat menjelaskan bagaimana penerapan layanan pengiriman paket pos di Kantor Pos Pekanbaru. (1) Keandalan. (2) Ketanggapan. (3) Kepastian. (4) Empati. (5) Wujud. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) Pelayanan jasa pengiriman paket pos sudah menunjukkan kategori baik, namun masih ada sebagian kecil yang dianggap belum optimal. 2) Pelaksanaan jasa pengiriman paket pos mengalami hambatan yang menjadi kendala dalam proses pelayanan pengiriman paket pos.⁷ Persamaan dengan penelitian peneliti adalah sama-sama meneliti pelayanan pengiriman paket pada Kantor Pos. Sedangkan perbedaannya ada pada lokasi penelitian.

Penelitian ini dilakukan oleh Sofian Nataniel pada tahun 2015, dengan judul **“Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (survei pada pelanggan ritel PT. Pos Indonesia, Kantor Pos Besar Kota Malang)”** penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh antara kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel terhadap variabel tingkat kepuasan pelanggan. Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan ritel kantor pos besar malang yang sedang melakukan proses transaksi pengiriman barang. Teknik *sampling* dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan adalah analisis linier berganda dan analisis deskriptif. Hasil penelitian ini

⁷ Cherli Anggelia, *Analisis pelayanan jasa pengiriman paket pada PT. Pos Indonesia (PERSERO) Pekanbaru*, Jurnal Online Mahasiswa, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Vol 1, No 2, 2014.

menunjukkan bahwa baik secara simultan maupun secara parsial pengaruh variabel bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap variabel tingkat kepuasan pelanggan adalah signifikan.⁸ Persamaan dengan penelitian peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang pelayanan jasa kepada konsumen, sedangkan bedanya yaitu ada pada objek penelitian.

Penelitian ini dilakukan oleh Asriel Azis pada tahun 2016, dengan judul **“Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan dan loyalitas konsumen (studi kasus pada pengguna jasa pengiriman paket PT. Pos Indonesia (Persero)”** penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian survei, dimana instrument penelitian ini berupa kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat daerah istimewa Yogyakarta yang pernah atau masih menggunakan jasa pengiriman paket PT. Pos Indonesia.⁹ Hasil penelitian menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen jasa pengiriman paket PT. Pos Indonesia. Persamaan dari penelitian peneliti yaitu sama-sama meneliti pelayanan di Kantor Pos.

Penelitian ini dilakukan oleh Muhammad Ali Syamsuddien pada tahun 2016, dengan judul **“Inovasi layanan PT. Pos Indonesia dalam peningkatan kualitas pelayanan sebagai upaya menjaga eksistensi di**

⁸ Sofian Nataniel, *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (survei pada pelanggan ritel PT. Pos Indonesia*, Kantor Pos Besar Kota Malang, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol 29, No 1, 2015.

⁹ Asriel Azis, *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan dan loyalitas konsumen (studi kasus pada pengguna jasa pengiriman paket PT. Pos Indonesia (Persero)*, Thesis, (Universitas Negeri Yogyakarta, 2019).

era persaingan global” penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis inovasi PT. Pos Indonesia. Penelitian ini merupakan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini dengan wawancara, pengamatan, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan inovasi pelayanan yang dibuat dalam menjaga eksistensi masih belum maksimal. Masih adanya keluhan dari pelanggan, hal tersebut disebabkan masih kurangnya kualitas SDM serta masih belum mengena langsung kepada pelanggan terhadap inovasi yang dilakukan rekomendasi yang dapat diberikan adalah perlunya perluasan mengenai inovasi yang dilakukan, seperti dibidang SDM dan teknologi serta harus mempunyai keunikan sendiri dalam inovasinya agar bisa terus bersaing.¹⁰ Persamaan penelitian yaitu sama-sama meneliti layanan jasa pada Kantor Pos. Perbedaannya penelitian ini yaitu menganalisa inovasi layanannya sedangkan penelitian saya menganalisa strategi layanan jasanya.

Penelitian ini dilakukan oleh Dedy Pratama Pujiono pada tahun 2015, dengan judul **“Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan PT. Pos Indonesia Cabang Jember Pada Konsumen”** penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian, bahwa PT. Pos Indonesia Cabang Jember melakukan strategi diversifikasi produk dalam meningkatkan kualitas pelayanannya pada konsumen yaitu dari munculnya layanan jasa barupada pos yang terwujud atas dasar kemitraan

¹⁰ Muhammad Ali Syamsuddien, *Inovasi layanan PT. Pos Indonesia dalam peningkatan kualitas pelayanan sebagai upaya menjaga eksistensi di era persaingan global*, Skripsi, (Universitas Lampung, 2016).

atau kerjasama.¹¹ Persamaan dengan penelitian peneliti adalah sama-sama meneliti mengenai strategi pelayanan jasa pada pengiriman paket PT. Pos Indonesia. Sedangkan perbedaannya bahwa peneliti terdahulu fokus meneliti strategi peningkatan kualitas pelayanan sedangkan penelitian saya adalah fokus strategi layanan jasa.

Penelitian ini dilakukan oleh Mariana pada tahun 2018, dengan judul **“Analisis Strategi Pemasaran Layanan Pos Express Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Makassar”** penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian, bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh PT. Pos Indonesia Makassar sudah mencapai sasaran yang diinginkan dan sudah tepat dalam menghadapi persaingan bisnis.¹² Layanan pengiriman jenis Express pada PT. Pos Indonesia Makassar juga sudah berhasil dilaksanakan dengan baik. Persamaan dengan penelitian peneliti adalah sama-sama meneliti mengenai strategi layanan pada PT. Pos Indonesia. Sedangkan perbedaannya bahwa peneliti terdahulu fokus meneliti strategi pemasaran layanan jasa sedangkan penelitian saya adalah fokus bagaimana strategi layanan jasa.

Penelitian ini dilakukan oleh Nurdalilah Hasby pada tahun 2019, dengan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen JNE Express Agen Pangkalan Mansyur”** penelitian ini menggunakan pendekatan

¹¹ Dedy Pratama Pujiono, *Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan PT. Pos Indonesia Cabang Jember Pada Konsumen*, Skripsi, (Universitas Jember, 2015).

¹² Mariana, *Analisis Strategi Pemasaran Layanan Pos Express Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Makassar*, Skripsi, (Universitas Muhammadiyah Makassar, 2018).

kuantitatif. Hasil analisis diperoleh rata-rata sama yaitu bahwa tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, tetapi konsumen tetap menggunakan pelayanan jasa pengiriman tersebut.¹³ Persamaan penelitian yaitu sama-sama meneliti tentang pelayanan jasa di Kantor Pos. Sedangkan perbedaannya bahwa peneliti terdahulu fokus meneliti pengaruh kualitas pelayanan, dan penelitian saya fokus strategi layanan jasa.

Penelitian ini dilakukan oleh Ryan Haryanto pada tahun 2014, dengan judul **“Kualitas Pelayanan PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Dumai”** penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitiannya secara umum kualitas pelayanan PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Dumai dalam pemberian jasa paket pos sudah berjalan dengan cukup baik.¹⁴ Persamaan penelitian yaitu sama-sama meneliti tentang pelayanan jasa di Kantor Pos. Sedangkan perbedaannya bahwa peneliti terdahulu fokus meneliti kualitas pelayanan, dan penelitian saya fokus strategi layanan jasa.

Penelitian ini dilakukan oleh Nurlita Aulia pada tahun 2021, dengan judul **“Studi Komparatif Strategi Peningkatan Layanan Dan Kepercayaan Konsumen Antara Jasa Pengiriman Barang JNE Dan J&T Di Kota Palangkaraya”**. Penelitian ini menggunakan pendekatan

¹³ Nurdalilah Hasby, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen JNE Express Agen Pangkalan Mansyur*, Skripsi, (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2019).

¹⁴ Ryan Haryanto, *Kualitas Pelayanan PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Dumai*, *Jurnal Online Mahasiswa*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Vol 1, No 2, 2014.

kualitatif.¹⁵ Dari hasil survey penelitian didapatkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh kantor JNE dan J&T juga berbeda, dan JNE memiliki jangkauan yang lebih luas tidak hanya di kota saja, tetapi menjangkau daerah pelosok desa, berbeda dengan J&T yang memiliki jangkauan sempit dan tidak sampai pada daerah pelosok. Baik JNE maupun J&T, keduanya memiliki keunggulan masing-masing. Persamaan penelitian yaitu sama-sama meneliti tentang layanan jasa pengiriman. Sedangkan perbedaannya ada pada lokasi penelitian.

Penelitian ini dilakukan oleh Desi Marlina pada tahun 2018, dengan judul **“Strategi Pelayanan Customer Service Dan Teller Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Di Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah Metro”**. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif.¹⁶ Dari hasil penelitian bahwa strategi customer service dan teller BRI Syariah Metro untuk meningkatkan kepuasan nasabah meliputi strategi dasar seperti keramahan, komunikasi, dan perhatian pada name tag dan pelayanan yang diberikan customer service dan teller belum memenuhi standar. Persamaan penelitian yaitu sama-sama meneliti tentang strategi pelayanan jasa. Sedangkan perbedaannya ada pada objek penelitian.

Penelitian ini dilakukan oleh Suharni pada tahun 2020, dengan judul **“Pengaruh Kinerja Pelayanan Jasa Pengiriman Terhadap**

¹⁵ Nurlita Aulia, *Studi Komparatif Strategi Peningkatan Layanan Dan Kepercayaan Konsumen Antara Jasa Pengiriman Barang JNE Dan J&T Di Kota Palangkaraya*, Skripsi, (Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, 2021).

¹⁶ Desi Marlina, *Strategi Pelayanan Customer Service Dan Teller Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Di Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah Metro*, Thesis (Iain Metro, 2018).

Keunggulan Bersaing Pada J&T Express Talasalapang Kota Makassar". Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan hasil koefisien regresi kinerja pelayanan kinerja pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing J&T Express Talasalapang Kota Makassar.¹⁷ Dan terus fokus pada inovasi layanan yang ada untuk mengantisipasi kebutuhan dan harapan pelanggan di masa mendatang. Persamaan penelitian yaitu sama-sama meneliti tentang pelayanan jasa dibidang pengiriman barang. Sedangkan perbedaannya ada pada fokus penelitian.

Penelitian ini dilakukan oleh Zelvi Dianita pada tahun 2019, dengan judul **"Strategi Pelayanan Di PT. Arminareka Perdana Surabaya"**. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis data, dapat disimpulkan strategi pelayanan yang diterapkan oleh PT. Arminareka Perdana Surabaya sangat bagus. Layanan PT sudah menggunakan peralatan berkualitas tinggi. PT. Arminareka Perdana Surabaya memiliki program dengan fasilitas bintang 5 dan memberikan pelayanan manajemen yang baik.¹⁸ Persamaan penelitian yaitu sama-sama meneliti tentang strategi pelayanan jasa. Sedangkan perbedaannya ada pada objek penelitian.

Penelitian ini dilakukan oleh Cahaya Desra pada tahun 2016, dengan judul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Barang**

¹⁷ Suharni, *Pengaruh Kinerja Pelayanan Jasa Pengiriman Terhadap Keunggulan Bersaing Pada J&T Express Talasalapang Kota Makassar, Skripsi*, (Universitas Muhammadiyah Makassar, 2020).

¹⁸ Zelvi Dianita, *Strategi Pelayanan Di PT. Arminareka Perdana Surabaya, Thesis*, (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019).

PT. Kemasindo Cepat Nusantara Medan”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis data, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman produk di PT. Kemasindo Cepat Nusantara Medan.¹⁹ Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan meningkat ketika kualitas layanan pengiriman barang yang disediakan oleh perusahaan berkualitas tinggi. Memberikan layanan dengan kualitas terbaik kepada pelanggan. Kepuasan pelanggan dengan memberikan beberapa manfaat, seperti hubungan bisnis-pelanggan yang baik yang mendasari pembelian berulang, dan rekomendasi dari mulut ke mulut yang akan menguntungkan perusahaan. Persamaan penelitian yaitu sama-sama meneliti tentang pelayanan jasa dibidang pengiriman barang. Sedangkan perbedaannya ada pada fokus penelitian.

F. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Metode penelitian secara umum merupakan cara ilmiah untuk memperoleh sebuah data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.²⁰ Pada dasarnya data yang diperoleh dari sebuah penelitian dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah.²¹ Dalam penelitian ini metode yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian

¹⁹ Cahaya Desra, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Barang PT. Kemasindo Cepat Nusantara Medan, Skripsi*, (Universitas Medan Area, 2016).

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Cetakan ke IV (Bandung: Alfabeta, 2013), 3

²¹ Ibid, 5

yang akan menghasilkan data deskriptif kualitatif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang atau perilaku yang diamati.²² Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif, yang merupakan pendekatan pemecahan masalah yang berdasarkan uraian kata-kata (deskripsi) yang tidak berwujud angka.

Pada pendekatan kualitatif ini akan memperoleh antara lain berbagai informasi-informasi mengenai PT. Pos Indonesia Cabang Utama Madiun. Dalam pendekatan ini utamanya akan membahas bagaimana strategi layanan jasa surat korporat yang dijalankan oleh Kantor Pos Madiun. Pada penelitian kualitatif cenderung dilaksanakan dengan menggunakan analisis induktif dan makna adalah hal yang esensial dalam penelitian kualitatif.²³

2. Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian kualitatif yang menjadi instrument atau alat peneliti adalah peneliti itu sendiri.²⁴ Sebagai human instrument berfungsi untuk menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data melakukan pengumpulan data serta menilai kualitas data, lalu melakukan analisis serta menafsirkan dan menarik kesimpulan atas hasil temuannya.²⁵ Oleh sebab itu peneliti diharuskan selalu teliti dan berhati-hatu dalam menggali sebuah data dan

²² Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif dalam perspektif Rancangan Penelitian*, (Yogyakarta: Ar Ruzz Media, 2014), 22

²³ Lexy Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019) 3

²⁴ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D, Cet ke 22)*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 305

²⁵ *Ibid*, 306

menerapkan komunikasi yang baik dengan informan. Kehadiran peneliti akan menjalin interaksi yang erat antara objek penelitian sehingga hasil yang diperoleh valid. Kehadiran peneliti dalam penelitian adalah mengemukan serta mengumpulkan data secara langsung yang terkait dengan fokus penelitian. Peneliti akan melihat secara langsung kejadian atau peristiwa yang terkait penelitian secara langsung dilapangan.

3. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat yang dipilih dalam melaksanakan penelitian adalah Kantor Pos Cabang Utama Madiun / KCU Madiun yang beralamatkan di jalan Pahlawan No. 24 Kota Madiun. Penelitian dilakukan tempat ini karena agar mendapatkan informasi/fakta yang terjadi dengan melihat situasi secara langsung dan sesuai dengan fokus penelitian. Selain ini tempat penelitian juga terjangkau dari kediaman peneliti. Sedangkan waktu penelitian yaitu kurang lebih tiga bulan.

4. Data dan Sumber Data

Sumber utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya merupakan data tambahan seperti dokumen dan lainnya. Berkaitan dengan hal tersebut jenis data dapat dibagi ke dalam kata-kata, tindakan, sumber data tertulis, foto dan statistik.²⁶ Sumber data yang digunakan oleh peneliti adalah :

²⁶ Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT. Renika Cipta, 2008), 169.

a. Data Primer

Menurut S. Nasution data primer adalah data yang dapat diperoleh langsung dari lapangan atau tempat penelitian. Sedangkan menurut Lofland bahwa sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan. Jadi data primer adalah yang diperoleh langsung dari objeknya yaitu sebagian karyawan-karyawan Kantor Pos Madiun.

b. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan sebuah data yang diperoleh dari sumber yang sudah ada meliputi dokumen-dokumen, data-data penting yang ada pada Kantor Pos Madiun, juga dari literatur digital yang berkaitan dengan judul penelitian, dan penelitian terdahulu.

5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data ini dimaksud dengan tujuan untuk memperoleh data yang ada dilapangan secara jelas yang sesuai dengan fakta yang ada dilapangan, dengan tujuan untuk memecahkan permasalahan dalam penelitian ini. Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan antara lain

a. Wawancara

Salah satu instrument yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah wawancara. Makna wawancara adalah sebuah kegiatan yang dilaksanakan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengajukan kepada narasumber untuk

mendapatkan informasi yang mendalam.²⁷ Dengan melakukan wawancara peneliti mampu mendapatkan data langsung dari narasumber atau informan yang sesuai dengan penelitian. Peneliti akan mendapatkan data secara valid dari informan yang dituju. Wawancara adalah sebuah cara atau pedoman untuk melakukan tanya jawab dengan beberapa pertanyaan kepada narasumber yang hasilnya nanti dapat digunakan sebagaimana mestinya. Pertanyaan tersebut diajukan kepada pihak-pihak yang terkait untuk mendapatkan dan mengumpulkan data informasi mengenai strategi layanan jasa korporat di Kantor Pos Madiun. Pada penelitian ini, peneliti melakukan wawancara kepada Yeyen Dwi Widyawati dan Lusi Nurmawati selaku pegawai Kantor Pos Madiun yang ada pada bagian korporat, serta Anisa selaku konsumen. Ditambah dengan mewawancarai konsumen dengan memberikan beberapa pertanyaan yang berhubungan atau yang dibutuhkan guna menjawab rumusan masalah penelitian. Wawancara dapat dilakukan secara langsung dengan tatap muka ataupun dengan menggunakan telepon.²⁸

b. Observasi

Observasi merupakan sebuah teknik dalam penelitian yang berupa pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap

²⁷ Rully Indrawati dan Poppy Yaniawati, *Metodologi Penelitian*. (Bandung: PT. Refika Aditama, 2014), 136.

²⁸ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D)*, 194.

gejala-gejala yang diteliti.²⁹ Pada penelitian ini peneliti melakukan observasi lapangan yaitu dengan cara langsung terjun ke lapangan melakukan pengamatan langsung dan memahami secara langsung yang berkaitan dengan tema yang diangkat dalam penelitian ini. Dengan melakukan observasi secara langsung maka peneliti dapat mengetahui secara langsung mengenai kejadian yang terjadi di lapangan. Dalam penelitian ini peneliti melakukan penelitian langsung di Kantor Pos Madiun.

c. Dokumentasi

Dokumentasi yang dimaksud dalam penelitian kualitatif ini yaitu kegiatan mengumpulkan data-data yang telah diperoleh dari dokumen-dokumen. Sugiyono mengemukakan pendapatnya mengenai dokumen, dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya seperti catatan harian, sejarah kehidupan, biografi, pertauran kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar contohnya seperti foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain.³⁰ Jadi dokumentasi ini dilakukan sebagai teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data dengan menelaah referensi-referensi, mempelajari dan

²⁹ Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009), 52

³⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015) 329

mencatat data-data, arsip, dokumen, foto-foto yang diperlukan dan berhubungan dengan fokus masalah penelitian.

6. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian sangat diperlukan teknik analisis data yang berguna untuk mengolah data hasil penelitian. Pada tahap analisis data peneliti menyusun keseluruhan data yang sudah terkumpul secara sistematis dan terperinci sehingga data tersebut dapat mudah dipahami oleh peneliti dan temuan tersebut dapat diinformasikan secara jelas. Dalam penelitian kualitatif ini data-data yang diperoleh adalah dari berbagai sumber dengan menggunakan metode pengumpulan data yang bermacam-macam dan dilakukan secara terus menerus oleh peneliti hingga data terkumpul. Dengan pengamatan ini dapat mengakibatkan variasi data yang sangat tinggi. Data yang diperoleh pada umumnya adalah data kualitatif (walaupun tidak menolak data kuantitatif), sehingga teknik analisis data yang digunakan belum ada polanya dengan jelas.

a. Reduksi data (*data reduction*)

Data yang telah direduksi memberikangambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan.³¹ Dalam mereduksi data, setiap peneliti dipandu oleh tujuan yang telah dicapai. Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah pada temuan

³¹ Ibid, 339.

hasil penelitian. Oleh karena itu, jika peneliti dalam melakukan penelitian, menemukan segala sesuatu yang dipandang asing, tidak dikenal, belum memiliki pola, justru itulah yang harus dijadikan perhatian dalam melakukan reduksi data. Untuk mereduksi data peneliti menggunakan hasil dari wawancara dan memilah dokumen observasi yang sesuai dengan topik penelitian.

b. Penyajian data (*data display*)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antara kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.³² Penyajian data dilakukan dengan tujuan agar peneliti dapat memahami apa yang terjadi dan yang akan dilakukan selanjutnya. Data yang disajikan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teks berbentuk narasi berupa data yang berkaitan dengan efektivitas metode demonstrasi dalam mengembangkan motorik halus anak usia dini.

c. Penarikan kesimpulan (*conclusion drawing/verification*)

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif, menurut Miles dan Huberman mengemukakan bahwa penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dinyatakan masih bersifat

³² Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, Dan R&D*,(Bandung: Alfabeta, 2015) 338-341

sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada awal tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten pada saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.³³ Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti berada di lapangan.

7. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Uji keabsahan dalam penelitian, sering hanya ditekankan pada uji validitas dan reliabilitas. Dalam penelitian kualitatif, temuan atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya yang terjadi pada objek yang diteliti.³⁴ Pemeriksaan terhadap keabsahan data pada dasarnya, selain digunakan untuk menyanggah balik yang dituduhkan kepada penelitian kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, juga merupakan sebagai unsur yang tidak terpisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif. Dalam penelitian kualitatif ini

³³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015) 345

³⁴ Ibid, 363

peneliti menggunakan teknik pengecekan dan keabsahan data seperti kepercayaan (krediability) merupakan data dimaksudkan untuk membuktikan data yang berhasil dikumpulkan sesuai dengan sebenarnya dan Triangulasi, Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan berbagai sumber diluar data sebagai bahan perbandingan. Kemudian dilakukan cross check agar hasil penelitian dapat di pertanggungjawabkan. Sumber diluar data ini seperti hasil wawancara dengan pelanggan korporat Kantor Pos Madiun. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi teknik dengan menggunakan tiga teknik pengumpulan data sebagai cara untuk mengukur keabsahan data.

a. Tahapan-Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian merupakan langkah-langkah yang menjadi acuan dalam melaksanakan penelitian. Tahapan-tahapan penelitian yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Tahap pra lapangan

Pada tahap pra lapangan terdapat tujuh kegiatan yang harus dilakukan oleh peneliti dalam tahapan ini ditambah dengan satu pertimbangan yang harus dipahami, yaitu etika penelitian lapangan. Kegiatan dan pertimbangan tersebut adalah sebagai berikut: a. menyusun rancangan penelitian, b. memilih lapangan penelitian, c. mengurus perizinan, d. menjajaki dan

menilai keadaan lapangan, e. memilih dan memanfaatkan informan, f. menyiapkan perlengkapan penelitian, g. persoalan etika penelitian.

2) Tahap pekerjaan lapangan

Tahap pekerjaan lapangan meliputi: memahami latar penelitian dan persiapan diri memasuki lapangan dan berperan serta sambil mengumpulkan data. Memilih informan yang dianggap sebagai pusat perhatian penelitian, melakukan pengamatan dan mengumpulkan data sesuai dengan tema penelitian serta mencatatnya kedalam catatan lapangan sampai penelitian selesai.

3) Tahap analisis data

Tahap analisis data merupakan kegiatan menganalisis secara keseluruhan data yang diperoleh selama penelitian di lapangan, kemudian menyimpulkan hasil penelitian dalam bentuk laporan hasil penelitian. Tahap ini dilakukan peneliti beriringan dengan tahap pekerjaan lapangan.

4) Tahap penelitian hasil lapangan

Tahap penelitian laporan, yaitu mengenai uraian tentang gambaran umum daerah penelitian berisi uraian kondisi fisik dan nonfisik lokasi dan subjek penelitian. Analisis data adalah sebuah tahapan yang dilakukan peneliti untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan dan jawaban dari penelitian serta

pembahasan berisi uraian tentang pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dari proposal ini dibagi atas beberapa bagian. Untuk memberikan gambaran mengenai penelitian yang dilakukan, penelitian ini ditulis dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan, pada bab ini diuraikan mengenai latar belakang masalah penelitian dan permasalahan-permasalahan yang tercakup pada penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan, metode penelitian serta sistematika penelitian dalam penelitian ini

BAB II Kajian Teori, berisi mengenai kajian teori yang sesuai dan digunakan dalam penelitian ini.

BAB III Paparan Data, membahas tentang penafsiran dari data yang diperoleh melalui hasil wawancara yang meliputi data mengenai strategi pelayanan prima pada kepuasan konsumen terhadap jasa surat korporat di Kantor Pos Cabang Utama Madiun.

BAB IV Data Analisis Data, membahas / menganalisis tentang hasil penelitian yang dilakukan, yaitu dengan proses penafsiran data dengan menggunakan teori dan menjawab pertanyaan terkait rumusan masalah yang diteliti.

BAB V Penutup, berisi tentang kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian skripsi ini dan akan disampaikan pula saran bagi pihak terkait.

BAB II

KAJIAN TEORI

ANALISIS STRATEGI LAYANAN JASA POS SURAT KORPORAT PADA KANTOR POS CABANG UTAMA MADIUN

A. Konsep Straregi Pelayanan

1. Pengertian Strategi

Strategi merupakan tindakan yang memiliki sifat *incremental* (senantiasa meningkat) serta terus menerus, dan juga dilaksanakan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diinginkan oleh pelanggan di masa depan nantinya. Dengan hal tersebut strategi mampu dimulai dari apa yang dapat terjadi bukan dimulai dari apa yang terjadi.³⁷ Menurut Basu Swasta strategi merupakan suatu rencana yang yang dibuat untuk mencapai suatu tujuan dalam jangka panjang.³⁸ Strategi merupakan faktor utama yang bertujuan agar perusahaan akan berkembang dengan baik. Strategi digunakan dalam berbagai kegiatan dan bertujuan untuk mewujudkan apa yang diinginkan oleh perusahaan.

Sebuah strategi tersusun dari sebuah kumpulan pilihan yang terintegrasi, dan perlu disadari bahwa pilihan tersebut belum tentu dapat memenuhi pilihan yang dirasa penting dari sesuatu hal yang di hadapi oleh pimpinan atau eksekutif.³⁹ Strategi menggambarkan arah sebuah bisnis yang akan mengikuti keadaan lingkungan yang dipilih

³⁷ Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategi*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2010)

³⁸ Basu Swasta dan Irawan, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta, Liberty, 2003) 67

³⁹ Sofjan Assauri, *Strategi Management* (Jakarta: Rajagrafindo, 2016) 3

untuk menjadi pedoman mengalokasikan sumber daya usaha sebuah organisasi.⁴⁰ Menurut Coulter strategi merupakan sejumlah keputusan yang ditujukan guna mencapai tujuan dan menyesuaikan sumber daya organisasi dengan peluang dan tantangan yang dihadapi dalam lingkungan sebuah industri.⁴¹ Strategi mampu menggambarkan sebuah rancangan besar sebuah industri atau perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuan. Strategi juga merupakan sebuah cara untuk bertahan hidup dalam dunia industry yang kompetitif.

Strategi dibentuk oleh SDM perusahaan dengan kebijakan yang sudah ditentukan. Strategi tingkat bisnis merupakan suatu rencana yang digunakan oleh suatu organisasi untuk menjalani suatu bisnis di suatu pasar atau industri tertentu.⁴² Strategi lahir karena didasarkan dari beberapa hal antara lain: a. Kondisi terjepit dalam mengambil keputusan, b. Tuntutan yang harus dijawab dengan secepat mungkin, 3. Sebuah cara yang harus ditempuh guna mempertahankan suatu kondisi terhadap sebuah guncangan.⁴³ Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan sebuah cara yang digunakan untuk mencapai sebuah tujuan dengan mempertimbangkan segala kemungkinan yang akan terjadi dan mempersiapkan segala bentuk potensi yang ada. Strategi yang baik akan menciptakan

⁴⁰ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2002) edisi ke 2, 3

⁴¹ Lina Anatan, *Service Excellence*, (Bandung: Alfabeta, 2008) 2

⁴² Griffin Dan Ricky, "*Manajemen Edisi 7*, Jilid 1", (Jakarta: Erlangga, 2004) hlm 249

⁴³ Freddy Rangkuti, *Taktik Membuat Rencana Pemasarab Berdasarkan Customer Value dan Analisis Kasus*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002) 13

keuntungan tersendiri pada sebuah perusahaan ataupun industri untuk dapat lebih maju dan berkembang di berbagai persaingan yang timbul.

2. Pengertian Pelayanan

Definisi pelayanan menurut Kasmir adalah suatu perbuatan atau tindakan seseorang yang bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.⁴⁴ Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan keputusan pelanggan.⁴⁵ Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pelayanan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain. Sedangkan melayani adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut.⁴⁶ Menurut Freddy Rangkuti, pelayanan merupakan sebuah upaya untuk memenuhi harapan para pelanggan dan sikap yang mampu menciptakan rasa puas.⁴⁷

Menurut R.A Supriyono pelayanan merupakan aktivitas yang diselenggarakan organisasi menyangkut kebutuhan pihak konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri, apabila pelayanan baik maka konsumen akan merasakan kepuasan karena pelayanan merupakan hal

⁴⁴ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), 15.

⁴⁵ Atep Adya Barata, *Dasar Dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta : PT. Elex Media Komputindo, 2003), 30.

⁴⁶ Endar Sugiarto, *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*, (Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama, 2002), 36

⁴⁷ Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfacation &Call Center*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009) 38

yang penting untuk menarik konsumen menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.⁴⁸

Pelayanan juga dapat diartikan sebagai kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi ataupun perseorangan kepada konsumen atau pelanggan yang bersifat tidak dapat dimiliki dan tidak berwujud. Ketika pelayanan yang diberikan kepada konsumen melebihi ekspektasi atau harapan konsumen berarti pelayanan dapat dikategorikan pelayanannya baik, sedangkan apabila pelayanan yang diberikan kepada konsumen jauh dibawah ekspektasi konsumen maka dapat dikatakan pelayanannya buruk. Dalam memberikan sebuah pelayanan yang baik ataupun prima kepada konsumen maka sebuah perusahaan sudah tentu memiliki tujuan dari sebuah pemberian pelayanan tersebut. Berikut ini merupakan tujuan dari pemberian pelayanan yang berkualitas antara lain:

- a. Untuk menimbulkan kepercayaan dari konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.
- b. Untuk mempertahankan konsumen selalu datang pada perusahaan atau lokasi industry
- c. Menghindari tuntutan –tuntutan dari konsumen
- d. Menciptakan kepercayaan dan kepuasan dari seorang konsumen
- e. Untuk membuat para konsumen merasa selalu diperhatikan sesuai dengan kebutuhannya.⁴⁹

⁴⁸ Malayu Hasibuan, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005) 152

Menurut Malayu pelayanan merupakan sebuah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak yang lainnya. definisi pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah, cepat, tepat, adil dan menggunakan etika yang baik sehingga memenuhi kepuasan dan kebutuhan konsumen.⁵⁰ Pelayanan tersebutlah yang akan menentukan kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa atau barang disebuah perusahaan atau industri. Dari beberapa definisi mengenai pelayanan maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan kegiatan melayani atau memberikan kebutuhan kepada konsumen dengan etika dan cara yang baik sehingga mencapai kepuasan pada konsumen. Berikut ini merupakan ciri-ciri dari pelayanan yang baik sehingga memberikan kepuasan kepada konsumen sebagai berikut:

- a. Sarana dan prasarana yang baik sehingga mampu menunjang kelancaran produk yang dijual
- b. Berbagai macam produk yang disediakan mampu menarik para pembeli atau konsumen untuk memenuhi berbagai produk yang diinginkan.
- c. Mempunyai karyawan yang berkompeten dan professional ketika berhadapan degan konsumen
- d. Memiliki kemampuan komunikasi yang baik dengan konsumen

⁴⁹ Susatyo Herlambang, *Manajemen Pelayanan Kesehatan Rumah Sakit*, (Yogyakarta: Gosyen Publishing, 2016) 13

⁵⁰ Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010)

- e. Mampu melayani konsumen dengan cepat, ramah dan tepat serta memiliki pengetahuan tentang produk yang dijual atau ditawarkan oleh perusahaan.⁵¹

Menurut para pemasar dalam menciptakan pelayanan perlu memperhatikan beberapa elemen antara lain:⁵²

a. *Realibility* (Kehandalan)

Kehandalan merupakan kemampuan yang dalam memberikan sebuah jasa secara terpercaya dan akurat. Ketepatan dan keakuratan dalam pemberian pelayanan jasa itulah yang menyebabkan timbulnya kepercayaan dari konsumen.

b. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Selain kehandalan, daya tanggap ataupun kecepatan dan ketepatan dalam memberikan layanan oleh karyawan akan memberikan kesan serta kepuasan dari konsumen. Karyawan harus bekerja secara professional dengan menunjukkan kemampuan serta pengetahuann yang sesuai dengan bidang pekerjaanya. Daya tanggap tinggi yang ditujukan oleh karyawan akan meningkatkan kepuasan bagi konsumen.

c. *Asurance* (Kepastiana atau Jaminan)

Seorang konsumen meemerlukan sebuah jaminan atau kepastian terhadap sebuah jasa ataupun produk yang digunakan. Ketika

⁵¹ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 200) 3

⁵² Gregorius Chandra, *Strategi dan Program Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 2005)

memberikan pelayanan kepada konsumen hendaklah selalu memperhatikan etika saat berkomunikasi dengan konsumen.

d. Empati

Empati ataupun perhatian yang diberikan oleh karyawan kepada konsumen juga merupakan faktor penting untuk memberikan rasa kepuasan dan kenyamanan kepada konsumen. Karyawan diharuskan mampu mengerti kebutuhan konsumen dan memenuhi hal tersebut. Apabila karyawan memiliki sikap acuh kepada konsumen, maka konsumen akan merasa tidak nyaman dan berpaling pada perusahaan atau penyedia jasa maupun produk lainnya.

e. Tangible (Bukti nyata)

Bukti nyata dari sebuah pelayanan yang baik dapat dilihat dari sisi sarana dan prasarana yang memadai. Dalam meningkatkan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen tersedianya sarana dan prasarana yang sesuai dengan keperluan konsumen juga merupakan hal yang harus diperhatikan.

3. Strategi Pelayanan Prima

Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, baik bisnis yang bergerak di bidang jasa atau bidang non jasa. Bisnis yang bergerak di bidang jasa memiliki berbagai strategi yang sudah dirancang bertujuan untuk mengembangkan suatu perusahaannya dalam berbagai hal. Strategi yang sudah dirancang oleh

sebuah perusahaan jasa yaitu strategi pelayanan yang terbaik. Pelayanan yang baik dibagi bermacam- macam yaitu dalam segi kualitas pelayanan jasa dan kualitas produk. Perusahaan jasa memberikan pelayanan terbaik terhadap sesama umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan pintu kebaikan bagi siapa saja yang melakukannya. Strategi pelayanan adalah cara bagaimana menyikapi suatu keadaan dan kenyataan dengan memberikan solusi untuk mampu keluar dari keadaan tersebut. Solusi ataupun cara diambil berdasarkan kondisi kebutuhan dan mampu memberikan jalan terbaik dari keadaan yang terjadi. Strategi kadang identik dengan siasat untuk mengatasi masalah yang hadir, bukan sebaliknya.

Pelayanan prima atau *service excellence* juga dapat disebut dengan pelayanan unggul. Menurut Elhaitammy pelayanan unggul merupakan sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan dengan sangat memuaskan.⁵³ Menurut Nina Rahmayanty pelayanan prima adalah pelayanan yang sangat baik dan mampu melampaui harapan konsumen, pelayanan yang memiliki ciri khas kualitas dengan standar kualitas yang tinggi serta mengikuti perkembangan kebutuhan konsumen secara akurat dan detail hingga pelayanan mampu memenuhi kebutuhan konsumen secara praktis maupun mental.⁵⁴ Dengan beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan prima adalah langkah-langkah atau proses yang dilakukan untuk

⁵³ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 1996) 58

⁵⁴ Nina Rahmyanty, *Manajemen Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012) 17-

memberikan pelayanan yang mampu memenuhi standar kualitas pelayanan.

a. Manfaat Pelayanan Prima

Pelayanan prima sangat penting terhadap pelanggan karena keberhasilan pelayanan prima akan menimbulkan beberapa hal berikut ini:⁵⁵

- 1) Sebuah pelayanan prima akan menciptakan citra yang positif bagi pihak perusahaan atau industry.
- 2) Menarik perhatian konsumen untuk segera membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan
- 3) Menciptakan kepercayaan konsumen kepada perusahaan
- 4) Pelayanan prima dapat memperluas cakupan pasar penjualan
- 5) Pelayanan prima akan membuat konsumen ingin selalu menggunakan jasa dan produk yang ditawarkan

b. Indikator Pelayanan Prima

Untuk mengukur kualitas pelayanan yang prima dapat dilakukan dengan menggunakan instrumen pengukuran kualitas yang dikembangkan oleh Zeithaml, Parasuraman dan Berry pada tahun 1985. Berikut ini merupakan indikator kinerja pelayanan antara lain: 1) Ketampakan fisik, 2) Reliabilitas, 3) Responsivitas,

⁵⁵ Ibid, 20

4) Kompetensi, 5) Kredibilitas, 6) Kesopanan, 7) Keamanan, 8) Akses, 9) Komunikasi, dan 10) Pengertian.⁵⁶

4. Layanan Jasa

Jasa adalah proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas intangible yang biasanya (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan jasa dan sumber daya fisik atau barang dan sistem penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan. Dalam konsep islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Adapun dengan perusahaan yang ada dibidang jasa pengiriman barang maupun surat harus memberikan layanan yang baik agar menghasilkan kualitas layanan jasa yang berkualitas.

Kualitas menurut Deming mendefinisikan kualitas adalah apapun yang menjadi kebutuhan keinginan konsumen. Menurut Crosby, “kualitas adalah mempersepsikan kualitas sebagai nihil cacat, kesempurnaan dan kesesuaian terhadap persyaratan”. Kualitas menurut Juran adalah mendefinisikan mutu sebagai kesesuaian terhadap spesifikasi. Goetsch Davis mendefinisikan kualitas yang lebih luas cakupannya yaitu kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Perusahaan jasa dan pelayanan

⁵⁶ Hessel Nogi S Tangkilisan, *Manajemen Publik*, (Jakarta: PT Grasindo, 2005), 219

lebih menekankan pada kualitas proses, karena konsumen biasanya terlibat langsung dalam proses tersebut.⁵⁷ Definisi kualitas jasa pelayanan menurut Olsen dan Wyckoff secara umum adalah dapat dilihat dari perbandingan antara harapan konsumen dengan kinerja kualitas jasa pelayanan. Collier memiliki pandangan lain dari kualitas jasa pelayanan yaitu lebih menekankan pada kata pelanggan, kualitas, dan level atau tingkat.⁵⁸ Pengertian kualitas jasa menurut Zeithaml dan Bitner menyatakan bahwa: “kualitas jasa merupakan total pengalaman yang hanya dapat di evaluasi oleh konsumen”. Sedangkan Lovelock dan Wirtz menyatakan bahwa: “Kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen”.⁵⁹ Maka dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan kualitas jasa pelayanan adalah standar kepuasan konsumen yang unggul untuk mencapai tingkat kepuasan konsumen yang tinggi.

5. Inovasi Strategi Pelayanan

Dalam menerapkan sebuah strategi pelayanan sangat diperlukan inovasi yang terbaru. Inovasi dapat menarik konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Inovasi akan memberikan keunggulan tersendiri dan memaksimalkan strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Untuk mendukung proses inovasi

⁵⁷ Zulian Yamit, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa Cetak kedua*, (EKONISIA:Yogyakarta, 2002), 77.

⁵⁸ Ibid., 22.

⁵⁹ Ibid., 22.

secara strategis terdapat empat pendekatan perubahan yang dapat dilakukan. Empat pendekatan tersebut adalah antara lain:

- a. Perubahan teknologi
- b. Teknologi merupakan hal yang sangat dekat dengan kehidupan manusia saat ini. Hampir seluruh manusia sudah memanfaatkan teknologi untuk membantu semua kebutuhan manusia.
- c. Perubahan Produk dan Layanan
Produk ataupun jasa merupakan hal penting yang dalam sebuah usaha baik itu industry ataupun layanan jasa
- d. Perubahan Struktur dan Strategi
Strategi yang digunakan sangat menentukan kualitas pelayanan yang diberikan. Strategi yang digunakan dengan tepat akan meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.
- e. Perubahan Budaya
Perkembangan sebuah industri atau perusahaan jasa sangat memerlukan adaptasi dan senantiasa mengikuti perkembangan budaya dan zaman. Sehingga mengikuti perkembangan dan kebutuhan pasar.⁶⁰

B. Konsep Surat Korporat

1. Pengertian Surat Korporat

Dalam bidang jasa terutama bidang jasa pos, kontrak korporat juga dapat diartikan sebagai perjanjian kerjasama kontrak bisnis

⁶⁰ Sisca, dkk, *Manajemen Inovasi*, (Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021), 41.

dengan pos exspress dalam hal pengiriman jasa pos baik pada perusahaan menengah atas maupun menengah bawah. Surat korporat berdasarkan PT. Pos Indonesia, 2004 yaitu surat pos perusahaan yang penanganannya dan perlakuannya sesuai degan keinginan dan dari hasil negoisasi dengan pelanggan perusahaan korporat.⁶¹ Jadi pada saat ini PT. Pos Indonesia selain pengiriman paket dan barang, ada pengiriman surat yaitu jenis korporat yang dikirimkan oleh perusahaan melalui Kantor Pos. Surat jenis korporat seperti surat pembiayaan, surat perjanjian, dan surat untuk kepentingan perusahaan lainnya. Tetapi dari pengertian surat korporat PT. Pos Indonesia tahun 2004 diatas, dapat disimpulkan bahwa pengiriman surat korporat maupun jenis pengiriman korporat itu berdasarkan negosiasi dan kesepakatan antara kedua belah pihak.

Korporat adalah salah satu bentuk perusahaan atau biasa digunakan untuk menggambarkan sebuah perusahaan besar atau induk perusahaan artinya perusahaan tersebut memiliki perusahaan inti atau bermacam – macam anak perusahaan dibawahnya namun, sebenarnya korporat sendiri tidak menggambarkan betapa besarnya suatu perusahaan melainkan menggambarkan ada atau tidaknya anak perusahaan yang dimiliki perusahaan tersebut.⁶² Jasa pengiriman menjadi hak yang tidak terpisahkan dari suatu bisnis. Hubungan dengan para client untuk mengirim paket maupun dokumen harus

⁶¹ Erwanto, *Administrasi Jasa Pos Surat korporat Di Bagian Pos Express kantor Pos Solo 57100*, (Tugas Akhir Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2012), 12.

⁶² <http://repository.stei.ac.id> (diakses pada tanggal 1 Maret 2022, jam 10.00 WIB).

diperantarai dengan mitra yang mampu mendistribusikan hingga tiba di alamat tujuan. Tentu yang dibutuhkan bukan jasa pengiriman yang hanya memberikan pelayanan “biasa saja” sebagai pelaku bisnis yang usahanya semakin berkembang, tapi membutuhkan support dari jasa pengiriman yang mampu memberikan pelayanan terbaik untuk pengiriman korporat dari mulai *pick up, shorter, entry data, delivery, reporting*.⁶³



⁶³ Erwanto, *Administrasi Jasa Pos Surat korporat Di Bagian Pos Express kantor Pos Solo 57100*, (Tugas Akhir Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2012), 32.

BAB III
PENERAPAN STRATEGI LAYANAN PADA JASA POS SURAT
KORPORAT DI KANTOR POS CABANG MADIUN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Pos Indonesia (Persero)

Kantor Pos didirikan pada tanggal 26 Agustus 1764. Pertama kali didirikan di Batavia (sekarang dikenal dengan Jakarta) oleh Jendral GW Baron van Imhoff.⁶⁴ Tujuan berdirinya Pos Indonesia adalah untuk menjamin keamanan surat-surat penduduk, terutama bagi mereka yang berdagang dari kantor-kantor diluar Jawa dan bagi mereka yang datang dan pergi ke Negara Belanda. Dengan berjalannya waktu, Pos Indonesia kini telah mampu menunjukkan kreativitasnya dalam pengembangan bidang perposan dengan memanfaatkan infrastruktur jejaring yang dimilikinya yang mencapai sekitar 24 ribu titik pelayanan yang menjangkau 100% kota/kabupaten, 100% kecamatan dan 42% kelurahan/desa.

Pos Indonesia merupakan sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Indonesia yang bergerak dibidang pelayanan jasa. Saat ini bentuk Pos Indonesia berbentuk Perseroan Terbatas dan sering disebut dengan PT. Pos Indonesia. Bentuk Pos Indonesia berdasarkan Peraturan Pemerintahan Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1995.⁶⁵ Pelayanan PT Pos di Indonesia membagi wilayah Negara Indonesia

⁶⁴ <https://www.posindonesia.co.id> (diakses pada tanggal 20 Juni 2022)

⁶⁵ Annual Report POS Indonesia Tahun 2000, (diakses pada tanggal 20 Juni 2022)

menjadi 11 daerah atau divisi regional dan pengoperasiannya. Ekspansi wilayah pelayanan. Pos Indonesia tidak hanya meliputi wilayah Indonesia saja tetapi sudah meliputi dunia Internasional.

2. Tujuan Perusahaan, Visi, Misi, Persyaratan Utama Pos Indonesia⁶⁶

Tujuan Perusahaan

Membangun bangsa yang lebih berdaya saing dan sejahtera

Visi

Menjadi Postal Operator, Penyedia Jasa Kurir, Logistik dan Keuangan Paling Kompetitif.

Misi

Bertindak Efektif Untuk Mencapai Performance Terbaik

Persyaratan Utama

Dalam rangka mewujudkan Visi dan Misi, persyaratan utama yang perlu dilakukan adalah:

- a. Memberikan produk yang relevan sesuai dengan kebutuhan pasar
- b. Memberikan jasa layanan prima
- c. Menjalankan proses bisnis secara efisien
- d. Membangun solusi teknologi informasi yang prima dan human capital yang andal

⁶⁶ <https://www.posindonesia.co.id> (diakses pada tanggal 20 Juni 2022)

- e. Memperkuat sistem pengendalian internal, governance, dan manajemen risiko untuk mencapai tingkat kematangan yang memadai untuk mengamankan pencapaian tujuan perusahaan.

3. Makna Logo Pos Indonesia

Logo merupakan sebuah identitas suatu perusahaan yang menggambarkan tujuan-tujuan, prinsip-prinsip serta ideology yang dimiliki oleh perusahaan tersebut.⁶⁷ Berikut merupakan makna dari logo Pos Indonesia adalah antara lain:

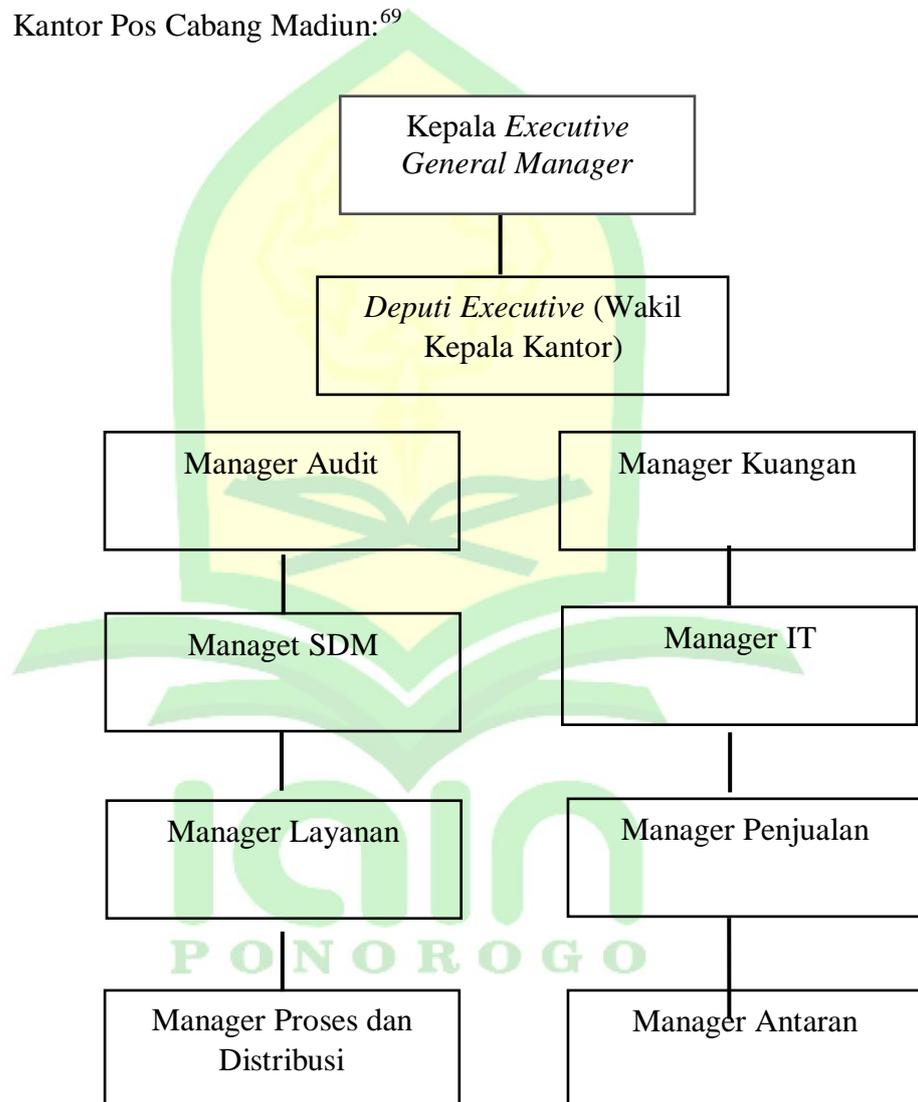
- a. Simbol Burung Merpati dalam posisi terbang dengan pandangan lurus ke depan, lima garis sayap yang berbentuk garis-garis kecepatan, memiliki arti bahwa perusahaan dalam menjalankan usahanya mengutamakan pada kecepatan, ketepatan dan terpercaya
- b. Simbol Bola Dunia melambangkan peran perusahaan sebagai penyelenggara layanan yang mampu menjadi sarana komunikasi dalam lingkup Nasional maupun Internasional.
- c. Tipe tulisan “POS INDONESIA” dengan huruf Futura Extra Bold memberikan ciri khas sebagai perusahaan kelas dunia.
- d. Warna logo menggunakan warna korporat yaitu warna Pos Orange dan Abu-Abu. Warna Orange mengandung Pos Orange mengandung arti dinamis dan cepat. Warna Abu-abu yang

⁶⁷ Surianto Rustan, *Bisnis Desain; Layout Dasar dan penerapannya*, PT Lintas Kreasi Imaji, 2015) 15

merupakan warna natural mengandung arti modern dari sisi pendekatan bisnis.⁶⁸

4 Struktur Organisasi dan Job Desk Kantor POS Cabang Madiun.

Berikut merupakan struktur organisasi serta *job desk* yang ada di Kantor Pos Cabang Madiun:⁶⁹



Setiap posisi yang ada di Kantor Pos Cabang Madiun memiliki wewenang dan tanggung jawabnya masing-masing yang harus

⁶⁸ <https://www.posindonesia.co.id> (diakses pada tanggal 20 Juni 2022)

⁶⁹ Lusi, wawancara 15 September 2022

dilaksanakan dengan baik sesuai posisinya dengan baik. Berikut merupakan *job desk* setiap posisi atau jabatan di kantor Pos Cabang Madiun.⁷⁰

a. Kepala *Executive General Manager*

Tanggung jawab utama EGM adalah mencapai target pendapatan dan laba yang ditetapkan serta mengendalikan biaya sesuai besaran alokasi yang diterima, mengendalikan jumlah pelanggan korporat, mitra, dan outlet kemitraan, mutu layanan dan operasi, serta *billing and collections* Kantor Cabang Utama melalui pemanfaatan sumber daya dan pengendalian kinerja seluruh Kantor Cabang yang berada dalam lingkup yang menjadi tanggung jawabnya.

b. *Deputi Executive (Wakil Kepala Kantor)*

Memiliki tugas pokok mengarahkan, mengorganisasikan, dan mengendalikan kinerja proses operasi kurir, operasi teknologi, operasional outlet dan kantor cabang serta mengendalikan pengelolaan Sumber Daya Manusia, Sarana, Akuntansi, Keuangan, dan BPM mendukung kinerja operasional Kantor Cabang Utama. Dan bertanggung jawab kepada Executive General Manager.

c. *Manager Audit*

Pengawasan terhadap kinerja atau proses pelayanan juga harus diperhatikan dengan sangat baik dan cermat. Berikut merupakan tugas atau peran manager audit antara lain:

⁷⁰ Lusi, wawancara 2 oktober 2022

1. Melakukan pengecekan seluruh kinerja pegawai PT Pos Indonesia (Persero)
2. Melakukan pengecekan kinerja pegawai kantor cabang.
3. Melakukan penilaian terhadap seluruh kinerja pegawai PT Pos Indonesia.
4. Melakukan penilaian terhadap kinerja kantor cabang.

d. Manager Keuangan

Meskipun sebagai manager keuangan, tentu tidak hanya mengatur keuangan di perusahaan jasa tetapi juga melaksanakan umum lainnya. Berikut ini merupakan tugas umum dari seorang manager keuangan antara lain:

- 1) Melaksanakan tugas yang diberikan oleh atasan langsung.
- 2) Mengerjakan pekerjaan dibagian yang menjadi tanggung jawab pribadi dengan penuh sedikasi dan tanggung jawab.
- 3) Menjaga Kebersihan, Keamanan dan Ketertiban dibagian kerja masing-masing.

Selain tugas umum, manager keuangan juga memiliki tugas pokok yang wajib untuk dilaksanakan yaitu antara lain:

- 1) Menerima dan menghitung uang setoran kasir dan menyimpan dalam brankas.
- 2) Memberikan panjar uang tunai kepada kasir dengan mengisi buku serah panjar.
- 3) Mengerjakan buku anasir kas dan buku-buku saldo rekening bank.

- 4) Membuat laporan bulanan cash management berdasarkan asir kas dan buku bank.
- 5) Membuat konsep atau surat nddp yang bertalian dengan tugas manager keuangan.
- 6) Bila diperlukan menarik cek dan megambil uang tunai dari bank.

e. Manager SDM

Berikut ini merupakan tugas dari manager SDM antara lain adalah:

- 1) Membuat surat-surat masuk (intern dan ekstern).
- 2) Mengawasi penyerahan naskah-naskah yang akan dijawab atau diselesaikan oleh bagian-bagian atau urusan.
- 3) Mengawasi pelaksanaan pekerjaan urusan Kepegawaian, Agendaris, Peralatan dan Bagunan serta Urusan Kantor.
- 4) Mengatur dan bertanggung jawab atas persediaan ATM (Alat Tulis Menulis).
- 5) Membuat laporan bulanan untuk urusan tata usaha atau Administrasi.
- 6) Mendampingi Kakp dalam urusan Dinas Intern maupun Ekstern.
- 7) Mengurus tamu Pusat dan Wilpos.
- 8) Mengerjakan hal-hal yang diberikan oleh Kakp.

f. Manager IT (Solusi Teknologi)

Dalam pelayanan jasa pengiriman korporat tentu tidak terlepas dari masalah teknologi. Maka sangat diperlukan sekali kehadiran dari ahli IT atau pada kantor POS Cabang Madiun ini disebut dengan istilah

manager IT. Berikut merupakan beberapa tugas yang harus dilaksanakan oleh manager IT antara lain:

- 1) Mengawasi seluruh hal yang bersangkutan dengan laju data transaksi.
- 2) Mengawasi koneksi jaringan internet dan server.

g. Manager Pelayanan

Pelayanan merupakan unsur yang sangat penting dalam bidang layanan jasa. Kualitas layanan akan menentukan kepuasan dari pihak pelanggan atau konsumen. Berikut ini merupakan tugas dari manager pelayanan antara lain:

- 1) Melayani pembelian cek Pos wisata
- 2) Membuat laporan produksi dan pendapatan paket Pos
- 3) Membuat daftar penambahan hutang Giro
- 4) Menerima semua loket dan neraca loket sore
- 5) Mengawasi semua pekerjaan dibagian pelayanan
- 6) Mengawasi pemakaian register berharga

h. Manager Penjualan

Berikut ini merupakan tugas dari manager penjualan antara lain:

- 1) Melaksanakan tugas yang diberikan oleh atasan langsung.
- 2) Mengerjakan pekerjaan dibagian yang menjadi tanggung jawab pribadi dengan penuh sedikasi dan tanggung jawab.
- 3) Menjaga kebersihan, keamanan dan ketertiban dibagian kerja masing-masing.

- 4) Memasarkan dan menginformasikan produk-produk Pos ke masyarakat luas.
- 5) Menyediakan layanan khusus bagi pelanggan-pelanggan Pos yang telah ber-PKS (Perjanjian Kerja Sama) dengan PT Pos Indonesia Cabang Madiun.
- 6) Membuat laporan yakni : harian, mingguan dan bulanan.

i. Manager Proses dan Distribusi

Berikut ini merupakan tugas dari manager proses dan distribusi antara lain:

- 1) Mengawasi seluruh proses pengiriman surat dan paket pos.
- 2) Mengawasi ketersediaan transportasi untuk pengiriman.

j. Manager Antaran

Berikut ini merupakan tugas dari manager antaran antara lain:

- 1) Bertanggung jawab atas kelancaran tugas antaran dan tugas lain dibagian antaran.
- 2) Membuat dan menjawab surat.
- 3) Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh kakp.
- 4) Melaksanakan antaran sampai selesai mulai pukul 08.00 WIB.
- 5) Menjaga dan memelihara atribut dinas baik pada saat didalam kantor maupun pada saat pengantaran.
- 6) Mengatur jalur pengiriman surat-surat yang akan dikirim diberbagi tempat sesuai dengan alamat tujuan.

B. Implementasi Strategi Layanan yang diterapkan pada Jasa Pos Surat Korporat di Kantor Pos Cabang Utama Madiun

Dalam upaya memberikan pelayanan kepada konsumen di sebuah perusahaan jasa memerlukan keahlian serta perhatian khusus yang harus dimiliki seorang karyawan. Dalam hal ini pelayanan yang dimaksud adalah pada Jasa Surat Korporat yang berada di Kantor Pos Cabang Madiun. Sebelum menentukan strategi pelayanan karyawan harus memahami dengan baik mengenai sistem pelayanan atau prosedur pelayanan. Sehingga akan menciptakan sebuah strategi pelayanan yang maksimal.⁷¹ Sistem yang terencana ataupun terkoordinir sangat penting untuk diterapkan. Dalam wawancara mengenai strategi pelayanan juga dijelaskan mengenai sistem pelayanan atau prosedur yang dilakukan di Kantor Pos Cabang Madiun. Terdapat 5 indikator dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen. Indikator tersebut antara lain; kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti nyata.

Mengenai kehandalan peneliti melakukan wawancara mengenai apakah pelayanan yang diberikan di Kantor Pos Cabang Madiun sudah menerapkan pelayanan terpercaya dan akurat.

“Disini mungkin belum bisa dikatakan terpercaya mba karena tidak semua paket korporat bisa sampai ke penerima korporat dengan tepat waktu karena kurir nya kurang bisa menemukan alamat yang tepat, dan kurangnya mencari informasi alamat yang dituju atau rumah yang ada di alamat paket korporat”⁷²

⁷¹ Yeyen, wawancara 2 oktober 2022

⁷² Yeyen, wawancara 2 oktober 2022

Selain itu kesalahan yang terjadi bukan dari pihak AE nya semata, melainkan terjadi kendala juga pada pihak pengantaran. Berdasarkan hasil wawancara diperoleh yaitu disampaikan bahwa:

“Pelayanan keakuratan kurang tapi bukan kesalahan dari AE nya namun ada trobel atau kendala di pihak antaran yang mana pelayanan dari kurir atau pengantar yang mengantar kan paket korporat nya tersebut yang bisa dikatakan kurang maximal. Ya karena ini mba kurir tidak tau rumahnya yang benar-benar rumah nya penerima korporat. Dan akhirnya kurir memilih paketnya untuk dikembalikan ke kantor, dan akan berubah status menjadi jenis retur karena pemilik paket belum ditemukan. Dan akan dikembalikan sesuai prosedur ke kantor korporat/finance yang bekerjasama. Jadi kalau dibilang akurat ya belum mba. Dan ketepatan disini belum maximal mba, karena masih banyak penerima surat atau paket yang belum menerima barangnya yang dikirimkan oleh perusahaan korporat entah itu dalam bentuk surat pos atau paket pos itu tidak diterima secara tepat waktu.”⁷³

Dengan adanya kendala dalam memberikan ketepatan dan keakuratan pelayanan kepada konsumen tentu akan memberikan dampak seperti adanya protes atau komplain dari konsumen. Berdasarkan hasil wawancara dinyatakan bahwa:

“iya mba, pernah ada penerima korporat yang komplain karena paketnya belum diterima, semisal ini surat pos dari dispenduk capil Kota Madiun yang bekerjasama dengan kami dengan produknya yaitu mengirimkan e-Ktp yang harusnya diterima tanggal 10 sampai tanggal 10 bulan depan itu dia nggak menerima terus si penerima datang ke kantor untuk menanyakan barangnya. Pas dicek ada tidak barang penerima tersebut di kantor dan ternyata ada dan belum dterima benar sejak satu bulan yang lalu. Karena pihak pengantar kurang maximal mencari alamat yang benar.”⁷⁴

Sesuai yang disampaikan oleh yeyen selaku pihak kantor Pos

Cabang Madiun sama dengan hasil wawancara peneliti dengan salah satu

⁷³ Yeyen, wawancara 2 oktober 2022

⁷⁴ Yeyen, Wawancara 2 oktober 2022

konsumen kantor Pos Cabang Madiun. Konsumen datang secara langsung untuk menanyakan mengapa paket tidak kunjung datang. Dan salah satu alasannya adalah karena kesalahan alamat tujuan sehingga paket tidak kunjung sampai kepada penerima atau konsumen. Hal tersebut disampaikan oleh Aninsa:

“ini karena kan kalau setiap paket sudah diterima atau belum itu harus difotokan orangnya, kalau nggak ada orangnya ya rumahnya yang difoto. Tadi kata pak kurirnya diperlihatkan foto rumah tapi itu bukan rumah saya mbak.”⁷⁵

Mengenai strategi dalam pemberian layanan kepada konsumen diperlukan daya tanggap yang baik untuk mengatasi berbagai masalah yang berkaitan dengan pelayanan yang akan berdampak kepada konsumen. Pelayanan yang diberikan harus memberikan konsumen kepuasan. Salah satu caranya adalah dengan menunjukkan kemampuan yang dimiliki oleh karyawan sesuai dengan bidangnya masing-masing. Hal tersebut juga disampaikan oleh Yeyen:

“iya mba kantor pos menunjukkan dan menampilkan sesuai dengan bidang kita masing2. Contoh ya mba ini pada kantor bagian antaran dimana mereka juga menjelaskan kinerja mereka kalau satu kurir itu mengantar hanya satu wilayah saja, jadi misal kurir A mendapat bagian yang mengantarkan di wilayah Kartoharjo Kota Madiun, otomatis surat pos maupun paket pos yang tujuannya ke wilayah Kartoharjo akan diantarkan oleh kurir A tersebut. Begitu juga kurir B misalnya untuk wilayah Taman Kota Madiun. Jadi perkurir sudah mempunyai wilayah antar sendiri, dan semisal ada komplain atau ada yang kurang jelas dan yang kurang tepat di salah satu kecamatan atau wilayah itu mereka akan diarahkan untuk mengkonfirmasi ke kurir yang bertanggungjawab sesuai wilayah masing-masing.”⁷⁶

⁷⁵ Anisa, Wawancara 2 Oktober 2022

⁷⁶ Yeyen, wawancara 2 oktober 2022

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa semua tugas sudah dikerjakan sesuai dengan bidang dan kemampuan masing-masing. Mengenai pengemasan barang juga sudah menjadi tanggung jawab dari pihak pengirim yang akan mengirimkan barangnya. Sesuai yang disampaikan oleh Yeyen:

“kalau packing barang itu sudah tugas dari pelanggan mba yaitu perusahaan-perusahaan korporat yang mau mengirimkan produknya melewati kantor Pos bagian jasa korporat, dan pihak kantor pos itu sudah tinggal input saja. Alamat pun juga sudah dari sana nya dituliskan atau ditempelkan pada barang korporat tersebut. Jadi pihak kami tinggal input saja.”⁷⁷

Sesuai yang disampaikan tersebut itu akan mempermudah dan menghindari terjadinya beberapa masalah yang berkaitan dengan data barang yang akan dikirimkan. Selain bagian pengantaran, bagian-bagian lain dalam kantor Pos Cabang Madiun juga diharuskan untuk tanggap dalam menunjukkan kemampuan yang dimilikinya. Hal tersebut diperkuat oleh pernyataan Yeyen pada hasil wawancara sebagai berikut:

“Disini dikatakan tanggap itu karena seandainya kaya yang saya jelaskan diatas mba, kalau andaikata ada yang komplain atau pengirimannya kurang atau tidak sampai tepat waktu itu kita golongankan dulu dia itu masuk kesalahan kurir, kantor finance, atau kesalahan input kita. Misal packing sudah sesuai, terus input juga sudah sesuai, berarti kesalahan ada pada pelayanan kurir, mungkin kurir kurang informasi soal alamat yang dituju, atau mungkin kurir lalai sehingga menjadi barang berstatus retur”⁷⁸

Penggolongan penyebab masalah yang terjadi menjadi salah satu bentuk daya tanggap yang cepat dan akurat dari pihak Kantor Pos Cabang Madiun untuk segera menyelesaikan permasalahan yang terjadi. Selain

⁷⁷ Yeyen, wawancara 2 oktober 2022

⁷⁸ Yeyen, wawancara 2 oktober 2022

kehandalan dan daya tanggap, indikator dari strategi pelayanan konsumen adalah mengenai jaminan. Hal tersebut sangat diperlukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan meningkatkan kepercayaan konsumen yang telah menggunakan jasa di Kantor Pos Cabang Madiun. Mengenai pelanggan korporat sudah tentu terdapat jaminan yang diberikan. Hal tersebut diperkuat dan dipertegas dengan pernyataan yang disampaikan oleh Yeyen:

“iya jelas ada mba, kita kan kerjasamanya itu bukan dengan orang biasa mba, tapi ini tu kerjasamanya dengan perusahaan2 skala besar jadi kerjasama konsumen disini maksudnya memang perusahaan to perusahaan. Jadi dari perusahaan kita punya ketentuan dan dari perusahaan korporatnya juga memberikan ketentuan. Dan kita membalancekan, menyamakan gimana baiknya agar kerjasama kami bisa terlaksana dengan baik. Misalkan pos ingin kerjasama dengan Dispenduk Capil, dari pihak pos akan membawa proposal yang isinya tawaran-tawaran terkait jasa korporat kantor pos mba. Misal juga kerjasama dengan kantor pajak pratama yang isi dari surat pos nya itu adalah surat peringatan tagihan telat bayar pajak. Target nya dari pihak KPP itu ngirim ke orang orang yang telat membayar pajak motor, mobil, dsb. Kalau soal jaminan itu jadi setelah kita menawarkan jasa korporat perusahaan kita itu sebagai jaminannya dibuktikan dengan kita memberikan proposal bermatrai yang isinya ketentuan dari kita misal harga yang kami tawarkan lebih murah dari pada layanan pengiriman jasa pos yang lain, selisih 4000. Pelanggan korporat juga berhak memilih sendiri jenis layanannya menggunakan layanan yang mana. Ada yang berdurasi 1 hari sampai menggunakan Pos Express, 2-3 hari sampai menggunakan Pos Kilat Khusus juga boleh. Dan pelanggan korporat akan terus mendapat jasa pickup paket korporat dari pihak kantor pos. Semisal perusahaan korporat menyetujui dan mengizinkan akan ditandatangani pihak pos dan pihak dari pelanggan korporat.

Selain berkaitan dengan jaminan, selama menawarkan kerjasama dengan beberapa pihak, Kantor Pos Cabang Madiun menjelaskan belum

pernah menemukan kendala yang signifikan hal tersebut juga disampaikan oleh Yeyen:

“sejauh ini belum ada mba karena ya itu kita menawarkan jasa ini ke perusahaan-perusahaan yang latar belakangnya bagus dan skala besar lah intinya. Kita sendiri sebagai AE (Account Executive), sebenarnya ada 2 AE, saya dan dibantu mas Andi itu pada saat melakukan kunjungan ke kantor finance untuk menawarkan jasa ini, pihak kita datang dengan baik dan juga sangat memperhatikan etika kami sekaligus membawa proposal kami yang menawarkan jasa korporat ini. Dan dengan membawa proposal ini juga merupakan etika dari saya selaku AE yang menawarkan mba. Jadi bukan hanya omong kosong yang hanya mengajak kerjasama namun tidak ada jaminan dan juga kepastian, jadi bukan seperti itu. Jadi kerjasamanya itu juga secara tertulis agar pelanggan bebar-benar percaya. Misal ini mba pada saat ingin bekerja sama dengan KPP kami akan menawarkan dan menjelaskan maksud baik kami. Kami mengatakan semisal ingin mengirimkan produk dari KPP seperti surat-surat penting, surat pembiayaan, atau surat peringatan telat bayar pajak, dan surat-surat lainnya kepada penerima surat itu bisa lewat kantor pos saja. Jadi kami mengatakan kalau akan mengirimkan surat-surat tersebut ke konsumen KPP yang telat-telat bayar pajak tersebut. Pokoknya KPP tidak perlu susah payah mengirimkan satu satu ke rumah-rumah tetapi lewat kantor pos saja, jadi semisal ada konsumen dari pihak KPP ada yang telat bayar pajak dan apabila surat pos korporat sudah diterima maka konsumen KPP akan langsung bisa membayar pajak ke KPP karna surat peringatan dari KPP nya suda diantar kan dengan selamat oleh pihak layanan jasa korporat Kantor Pos.”⁷⁹

Strategi dalam menjalin kerjasama dan menawarkan atau memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen mampu menarik perhatian perusahaan-perusahaan besar yang dapat menggunakan jasa Kantor Pos Cabang Madiun yang berkaitan dengan hal surat korporat. Keuntungan dan jaminan yang diberikan mampu menarik kepuasan

⁷⁹ Yeyen, wawancara 2 oktober 2022

konsumen dalam menggunakan jasa surat korporat di Kantor Pos Cabang Madiun.

Hal selanjutnya yang berkaitan dengan strategi layanan di Kantor Pos Cabang Madiun adalah mengenai empati. Dalam hal ini empati yang dimaksudkan adalah memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang diinginkan atau dikehendaki oleh konsumen yang merupakan perusahaan-perusahaan yang telah menggunakan jasa surat korporat di kantor Pos Cabang Madiun. Setiap perusahaan tentunya memiliki keinginan atau membutuhkan pelayanan yang berbeda-beda. Hal tersebut disampaikan oleh Yeyen mengenai bagaimanapun sikap yang diterapkan kantor Pos Cabang Madiun dalam menyikapi hal tersebut:

“Jadi kita akan sangat bersikap baik mba kalau kita tidak bersikap baik dg pihak kantor yang bekerjasama dengan kita bisa saja mereka akan memilih yg lain dan menganggap kita acuh. Kita sebagai kantor pos harus bisa memahami perusahaan A ini kebutuhannya begini, perusahaan B kebutuhannya begitu. Kita benar-benar mamahami apa yang mereka butuhkan seperti perusahaan korporat yang mengirim surat pos dengan perusahaan yang mengirim paket pos, jadi kita kan harus benar-benar memahami mba karna perusahaan A dengan B berbeda jenis kirimannya, jadi kita menawarkannya beda lagi kan. Misal kalau Dispenduk Capil produknya e-Ktp jadi pihak kantor pos menawarkannya dengan baik, paham apa yang di butuhkan pihak Dispenduk Capil dengan memberikan layanan jasa mengirimkan surat penting ya e-Ktp itu ke penerima surat. Jadi pihak kantor pos aja yang ngantar. Dispenduk Capil juga akan bisa meminimalisir kerumunan dan e-Ktp juga akan sampai ke pemilik e-Ktp dengan tepat tanpa harus mengantri. Jadi kita memperhatikan betul kapasitas kita dan kebutuhan perusahaan jadi kita balancekan”⁸⁰

Dengan terus bersikap baik dan memberikan layanan yang maskimal, serta memperhatikan kapasitas jasa Kantor Pos Cabang Madiun

⁸⁰ Yeyen, wawancara 2 oktober 2022

dengan kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen yang dalam hal ini adalah perusahaan-perusahaan besar harus dapat diseimbangkan agar dapat berjalan dengan selaras. Perhatian kepada kantor-kantor finance menjadi salah satu strategi layanan yang diberikan. Dengan hal tersebut bertujuan agar tetap menjalin hubungan yang baik dan mampu meningkatkan kepuasan konsumen. Hal tersebut disampaikan oleh Yeyen:

“iya kita juga akan sangat perhatian mba dengan konsumen kami dengan cara ya kita nggak cuman kalau sudah kerjasama yudah gitu aja, kita nggak begitu mba. Apabila sudah menjadi pelanggan tetap kita juga sering melakukan silaturahmi. Tidak hanya itu, dalam prosedur jasa korporat ini iya kita benar-bener memerhatikan betul angkutannya kita. Seperti halnya dalam pengiriman surat ini kan kita memberikan fasilitas pikup barang. Semisal barang yang mau dikirimkan itu banyak nah itu masih dari satu perusahaan itu bisa kita angkut sekali jalan atau tidak. Jadi kita ya harus memerhatikan itu mba. Semisal waktu sekali jalan itu pada waktu pikup pertama muat atau nggak, bisa kita angkut atau nggak. Pernah waktu itu sudah 12 perusahaan sudah kita pikup. Dan total 36 perusahaan dan ternyata nggak muat jadi mau nggak mau kita juga harus pikup dua kali dan yang kloter pertama juga harus di input dulu, baru balik pikup lagi.”

Berkaitan dengan strategi layanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen hal selanjutnya yang diperhatikan adalah bukti nyata. Sarana dan prasarana yang memadai dan sesuai dengan keperluan konsumen menjadi salah satu strategi layanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Hal tersebut juga dijelaskan oleh Yeyen mengenai sarana prasarana yang dimiliki oleh kantor Pos Cabang Madiun.

“iya mba kantor pos sudah memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan korporat kita sesuai dengan keperluan konsumen. kalau bukti nyata kami sudah menggunakan sarana dan prasarana yang memadai. ya kami menggunakan angkutan mobil dan montor yang baik untuk pikup barang korporat nya itu mba. Semuanya mulai dari bahan bakar, tas barang itu sudah ada dari

kami. jadi pihak kantor korporat hanya menyiapkan barangnya saja yang mau dikirimkan. Selain kendaraan itu kami juga memberikan bukti nyata bahwa kita telah mengirimkan barangnya tersebut dengan sebuah resi. Jadi resiko kalau belum ada resi dari pihak perusahaan korporat kurang percaya apakah sudah dikirkam apa belum ya barangnya. Soalnya kalau sudah dipikup hari itu harus dikirkamkan hari itu juga. Maka dari itu setelah kita input pada hari yang sama dengan waktu pikup barang maka hari selanjutnya kita akan berikan resi nya kepada perusahaan korporat, dan juga untuk menagih piutang perusahaan korporat.”

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan diatas dapat disimpulkan bahwa Kantor Pos Cabang Madiun telah menerapkan strategi layanan yang baik dan maksimal dalam meningkatkan kepuasan konsumen berdasarkan indikator-indikator yang sesuai dengan strategi layanan. Dengan menerapkan indikator dalam pelayanan maka hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan konsumen yang dalam hal ini merupakan perusahaan-perusahaan besar yang membutuhkan jasa kantor Pos Cabang Madiun dalam hal jasa surat korporat. Kerjasama yang baik antar kedua belah pihak akan memberikan keuntungan dan kemudahan bagi masing-masing pihak. Baik itu bagi pihak perusahaan maupun pihak kantor Pos Cabang Madiun yang juga menjalankan perannya dalam memberikan jasa pengantaran surat korporat.

C. Implementasi Dampak Strategi Layanan pada kepuasan konsumen Jasa Pos Surat Korporat di Kantor Pos Cabang Utama Madiun

Dalam sebuah penerapan strategi pada perusahaan jasa pasti memiliki dampak tertentu. Dampak yang terjadi dapat berupa dampak negatif maupun positif. Dampak terjadinya karena ada beberapa

permasalahan yang terjadi di sebuah pelayanan jasa. Dampak ataupun kendala yang terjadi di Kantor Pos Cabang Madiun tidak semata-merta merupakan kelalaian dari pihak Kantor Pos Cabang Madiun melainkan juga bias karena beberapa faktor yang mempengaruhi. Sama halnya dengan dampak yang di alami jasa surat korporat di Kantor Pos Cabang Madiun. Tidak dapat dipungkiri hambatan akan terjadi pada sebuah pelayanan jasa. Dalam wawancara bersama *Account Executive* dinyatakan bahwa:

“Sering ada komplain dari penerima lokal juga penerima luar kota. Biasanya kalau luar kota akan dikonfirmasi dulu ke kantor tujuan masalahnya apa agar bisa diberi solusi untuk masalahnya”⁸¹

Masalah tersebut sebenarnya masalah yang lumrah terjadi di perusahaan jasa. Dengan adanya masalah dapat meningkatkan evaluasi pada sebuah layanan sehingga mampu meningkatkan kualitas layanan yang lebih baik. Masalah yang terjadi tidak dapat dihindari melainkan selalu melakukan perbaikan untuk kedepannya. Masalah biasanya datang dari komplain para pelanggan atau konsumen yang ditujukan pada perusahaan layanan jasa. Kendala-kendala yang sering terjadi pada jasa surat korporat adalah seperti keterlambatan penerimaan oleh konsumen, serta beberapa alasan lain seperti yang disampaikan dalam wawancara:

“Yang sering ada komplain di wilayah kota itu dari pelanggan korporat yang sering ada kendala terlambat, karena alamat kurang jelas dari kantor korporatnya sendiri. Jadi membuat barang korporat tidak sampai ke penerima dengan cepat.”⁸²

⁸¹ Yeyen, wawancara 2 oktober 2022

⁸² Yeyen, wawancara 2 oktober 2022

Salah satu masalah yang ada di Kantor Pos Cabang Madiun adalah kurangnya karyawan dalam bidang pickup barang korporat. Jumlah karyawan juga sangat mempengaruhi kualitas pelayanan jasa. Dengan jumlah karyawan yang sesuai maka dapat meningkatkan kualitas layanan dan mengurangi dampak negatif dari layanan jasa. Kantor Pos Cabang Madiun hanya memiliki tiga orang dalam urusan korporat. Berikut merupakan hasil wawancara dinyatakan bahwa:

“Yang bertugas pickup barang korporat ada 1 orang saja (Mas Oky) dan yang entry korporat 2 orang (Mbak Risna dan Mbak Rahma)”

Maka tidak salah jika terdapat beberapa komplain dari pelanggan mengenai kecepatan dalam pengiriman barang korporat. Selain itu kantor Pos Cabang Madiun juga sudah menetapkan tarif yang sesuai dan memberikan kejelasan tentang harga pengiriman kepada konsumen atau pelanggan. Dengan adanya tarif yang berbeda dari jenis korporat dan pengiriman lainnya merupakan salah satu dampak yang positif dari adanya strategi layanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

Harga atau tarif merupakan hal yang penting bagi perusahaan jasa. Ketika konsumen mengetahui secara jelas mengenai biaya atau tarif yang dikenakan untuk mengirim maka akan mengurangi dampak negatif yang terjadi. Tarif yang diberikan oleh Kantor Pos Cabang Madiun juga telah disesuaikan dengan kualitas jasa yang diberikan. Setiap pelanggan atau konsumen akan mendapatkan jasa pickup. Dampak positif lainnya dalam menerapkan strategi layanan adalah peningkatan pendapatan yang dialami

oleh kantor Pos Cabang Madiun. Dalam hasil wawancara dinyatakan bahwa:

“Dengan melakukan layanan yang baik dan menerapkan indikator-indikator dalam strategi layanan berpengaruh pada penghasilan kantor Pos Cabang Madiun yang bisa mencapai angka 200 juta rupiah dalam satu bulan.”⁸³

Penghasilan tersebut merupakan sebuah capaian yang sangat bagus yang didapatkan oleh kantor Pos Cabang Madiun. Selain itu dampak yang terjadi setelah menerapkan strategi layanan salah satunya adalah dalam aspek jaminan, banyak perusahaan-perusahaan yang melakukan kerja sama dengan kantor Pos Cabang Madiun. Berdasarkan hasil wawancara dikatakan bahwa:

“Banyak perusahaan-perusahaan yang menjalin kerjasama dengan kantor Pos Cabang Madiun dalam bidang surat korporat”.⁸⁴ Jika dikaitkan dengan kepuasan konsumen, dampak yang terjadi

setelah penerapan strategi layanan adalah sesuai dengan hasil wawancara yaitu:

“Konsumen merasa puas dibuktikan dengan jumlah konsumen yang bertambah dan banyaknya pelanggan tetap.”⁸⁵

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen juga diperoleh hasil sebagai berikut:

“Saya merasa cukup puas, meskipun terkadang sering terlambat dalam pengiriman paket.”⁸⁶

⁸³ Yeyen, wawancara 2 oktober 2022

⁸⁴ Yeyen, wawancara 2 oktober 2022

⁸⁵ Yeyen, wawancara 02 Oktober 2022

⁸⁶ Anisa, Wawancara 2 Oktober 2022

Dalam menerapkan strategi layanan juga terdapat beberapa komplain dari perusahaan finance yang berkaitan dengan resi pengiriman berdasarkan hasil wawancara diperoleh

“kurang maksimal mba waktu itu pernah pada saat penagihan ke kantor kami ada beberapa resi yg tidak sesuai dg kesepakatan. harusnya kami membayar 800rb namun menjadi 850rb. kemudian saya memastikan knp kok bisa berubah dan ternyata ada kesalahan pada waktu input namun kantor pos sudah mau tanggungjawab dg biaya tambahan itu akan di tanggung pihak yg menginput dari kantor pos”⁸⁷

Selain itu juga terdapat komplain dari beberapa pelanggan atau konsumen luar kota terkait layanan pengiriman korporat yakni perbedaan alamat atau tujuan pengirimman. Berdasarkan hasil wawancara diperoleh:

“ada mba biasanya pihak dari kantor pos tujuan menelfon cs nya kami kalau alamat tujuan resi dan alamat paket korporat berbeda jadi harusnya dikirim ke ponorogo tapi malah ke kediri jadi pihak kantor pos kediri nya yg ngubungi jadi itu memang pada waktu penginputan yg kurang teliti.”⁸⁸

Kendala lain yang juga sering terjadi berdasarkan hasil wawancara adalah :

“ya itu tadi mba sering terjadi pas penginputan korporat salah tempel resi dan setelah input kan pasti akan di sortir ke puri dan dari puri ternyata juga lolos brarti pihak puri kurang memperhatikan paket sama resi sdh sama apa blm alamatnya, tapi tidak begitu memperhatikan alhasil salah kirim ke kota lain.”⁸⁹

Berdasarkan dengan apa yang diungkapkan konsumen bahwasannya kantor Pos Cabang Madiun sudah memberikan layanan yang baik membuat konsumen cukup puas meskipun terkadang masih sering terlambat dalam pengiriman paket, kesalahan tujuan pengiriman, dan juga salah input data serta beberapa kesalahan lainnya yang dapat

⁸⁷ Shandy, wawancara 12 November 2022

⁸⁸ Yeyen, wawancara 12 november 2022

⁸⁹ Yeyen, wawancara 12 november 2022

mempengaruhi kepercayaan konsumen. Tidak dapat dipungkiri tentu saja pada setiap bidang jasa dan lainnya pasti terdapat dampak positif dan negatif dari strategi layanan yang diterapkan. Meskipun demikian upaya dan solusi yang diberikan pihak Kantor Pos Cabang Madiun merupakan hal yang penting dan harus diutamakan agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan kantor Pos Cabang Madiun dan juga berpengaruh pada kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman surat korporat di Kantor Pos Cabang Madiun. Evaluasi harus selalu dilakukan serta meningkatkan kinerja karyawan dan memaksimalkan strategi layanan dengan memperhatikan 5 elemen atau indikator layanan yang harus diperhatikan.

D. Implementasi Inovasi Jasa Layanan Surat Korporat Yang Dilakukan Oleh Kantor Pos Cabang Utama Madiun

Strategi layanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen selain menghasilkan dampak ataupun kendala juga memerlukan solusi untuk menyelesaikan masalah tersebut atau juga untuk dapat meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen. Inovasi-inovasi perlu dilakukan untuk mampu mempertahankan serta meningkatkan kepuasan konsumen, sehingga Kantor Pos Cabang Madiun tidak akan kehilangan pelanggan tetap dan bahkan mampu meningkatkan jumlah pelanggan atau konsumen. Dalam sebuah perusahaan jasa ataupun produksi perlu adanya inovasi dalam meningkatkan strategi layanan. Berkaitan dengan inovasi

terdapat keterkaitan dengan harga. Berdasarkan hasil wawancara diperoleh:

“Untuk tarif pengiriman korporat itu lebih murah karena kirimannya banyak, beda selisih 4000 dengan paket biasanya. Dan semua pelanggan korporat mendapatkan jasa pickup”.⁹⁰

Pada hal ini berketerkaitan dengan layanan jasa surat korporat yang melibatkan banyak perusahaan-perusahaan besar sehingga sangat diharapkan inovasi serta memaksimalkan layanan yang diberikan menjadi salah satu point utama. Inovasi yang diterapkan di Kantor Pos Cabang Madiun adalah dengan memberikan diskon. Berikut merupakan pernyataan hasil wawancara:

“Inovasi layanan korporat ini yaitu dengan memberikan diskon untuk pengiriman korporatnya yaitu diskon sebesar Rp 4000”⁹¹

Dengan adanya diskon diharapkan mampu menarik minat para konsumen untuk terus menggunakan jasa pengiriman korporat di kantor Pos Cabang Madiun. Dengan adanya diskon konsumen akan merasa lebih hemat dalam pengeluaran biaya untuk pengiriman korporat. Selain inovasi untuk meningkatkan strategi layanan jasa, Kantor Pos Cabang Madiun juga menerapkan strategi untuk meningkatkan pendapatan.

“AE juga setiap hari bertugas mencari pelanggan ke kantor-kantor finance, kendala yang dialami adalah juga sering ditolak proposalnya. Jadi terus mengajak bekerjasama perusahaan-perusahaan jadi pendapatan jasa korporat ini bisa bertambah disetiap bulannya”.⁹²

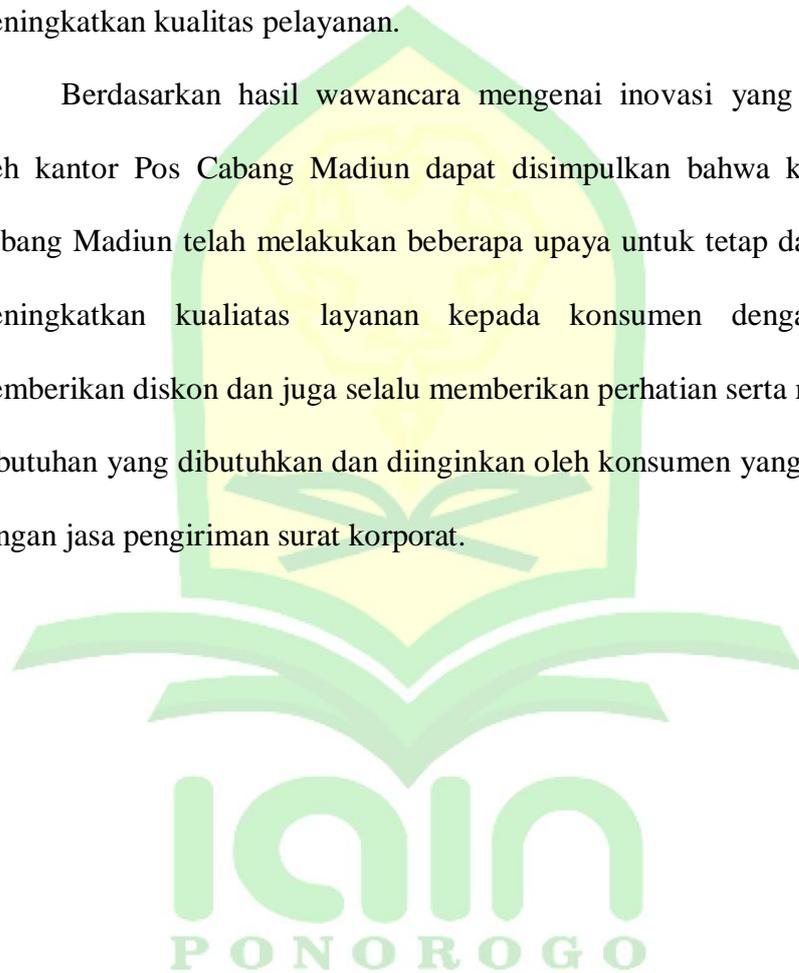
⁹⁰ Yeyen, wawancara 2 oktober 2022

⁹¹ Yeyen, wawancara 2 oktober 2022

⁹² Yeyen, wawancara 2 oktober 2022

Dengan adanya upaya itu maka pendapatan di Kantor Pos Cabang Madiun dapat meningkat dan diharapkan mampu berpengaruh juga pada kualitas layanan. Jika pendapatan meningkat maka gaji para karyawan juga akan meningkat. Sehingga mereka lebih berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai inovasi yang diberikan oleh kantor Pos Cabang Madiun dapat disimpulkan bahwa kantor Pos Cabang Madiun telah melakukan beberapa upaya untuk tetap dan mampu meningkatkan kualitas layanan kepada konsumen dengan upaya memberikan diskon dan juga selalu memberikan perhatian serta memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen yang berkaitan dengan jasa pengiriman surat korporat.



BAB IV

PEMBAHASAN

ANALISIS STRATEGI LAYANAN JASA POS SURAT KORPORAT PADA KANTOR POS CABANG UTAMA MADIUN

A. Analisis Strategi Layanan yang diterapkan pada Jasa Pos Surat Korporat di Kantor Pos Cabang Utama Madiun

Dalam menciptakan layanan yang maksimal kepada konsumen dalam hal ini perusahaan-perusahaan besar yang membutuhkan jasa dalam bidang surat korporat maka kantor Pos Cabang Madiun perlu memerhatikan beberapa elemen dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen

1. Kehandalan

Strategi layanan merupakan hal dasar dan penting dalam perusahaan penyedia jasa. Strategi layanan sangatlah diperlukan guna meningkatkan kualitas pelayanan jasa dan juga meningkatkan kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Pos Surat Korporat di Kantor Cabang Utama Madiun. Layanan yang memuaskan tidak serta merta bisa dilakukan atau ditingkatkan tanpa menggunakan sebuah strategi. Dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa maka diperlukan strategi yang efektif agar apa yang menjadi tujuan utama perusahaan. Strategi adalah sebuah rencana yang disatukan, menyeluruh serta terpadu yang mengkaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan serta

dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan.⁹³

Setiap perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa harus mampu menjelaskan dan menjabarkan konsep layanan yang mereka atau perusahaan miliki kepada masyarakat atau konsumen sehingga memudahkan penyampaian informasi tentang pelayanan jasa yang ditawarkan serta kualitas pelayanan yang mereka miliki. Selain itu kualitas pelayanan yang baik juga dapat dilihat dari kejelasan sistem yang digunakan. Kantor Pos Cabang Utama Madiun memiliki kejelasan sistem yang dapat diketahui oleh para pelanggan. Terdapat tiga komponen yang harus dimiliki oleh perusahaan dalam penerapan konsep layanan. Elemen pertama yang harus diperhatikan adalah mengenai kehandalan. Indikator kehandalan dalam hal ini adalah terpercaya, akurat, ketepatan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Ketepatan dalam memberikan layanan kepada konsumen akan meningkatkan kepercayaan konsumen yang itu akan berpengaruh pada kepuasan konsumen.⁹⁴ Tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dilihat dari sudut pemberi layanan, tetapi harus dipandang dari penilaian konsumen.⁹⁵

⁹³ W F Glueck dan L.R Jauch, *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*, (Jakarta: Erlangga, 2002) 12.

⁹⁴ Gregorius Chandra, *Strategi dan Program Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 2005) 8-9

⁹⁵ Freedy Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction (Strategi Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Konsumen)*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002) 18.

Mengenai pelayanan yang akurat dan terpercaya kantor pos dalam memberikan pelayanan berdasarkan hasil wawancara menyatakan bahwa kantor Pos Madiun belum dapat dikatakan terpercaya karena paket terkadang tidak langsung dan secara tepat waktu sampai ke pelanggan.⁹⁶

Dari hasil wawancara kepada pihak kantor pos yang bersangkutan dengan korporat, bahwa pelayanan yang diberikan oleh Kantor Pos Cabang Madiun mengenai keakuratan dan ketepatan dinyatakan belum maksimal. Karena masih banyak masalah yang kadang terjadi terkait dengan pihak kurir atau pengantaran paket. Pelanggan atau konsumen juga terkadang datang langsung ke Kantor Pos Cabang Madiun untuk menanyakan secara langsung mengapa paket tak kunjung diterima oleh konsumen atau pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis peneliti dapat disimpulkan bahwa Kantor Pos Cabang Madiun selalu berusaha melakukan pelayanan yang terbaik meskipun belum dikatakan maksimal. Jika dikaitkan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Cherli Anggelia pada tahun 2014, dengan judul "**Analisis pelayanan jasa pengiriman paket pada PT. Pos Indonesia (PERSERO) Pekanbaru**"⁹⁷ bahwa

⁹⁶ Lihat Transkrip Wawancara pada Nomor 02/W/10-02/2022 dalam Lampiran Laporan Hasil Penelitian

⁹⁷ Cherli Anggelia, *Analisis pelayanan jasa pengiriman paket pada PT. Pos Indonesia (PERSERO) Pekanbaru*, Jurnal Online Mahasiswa, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Vol 1, No 2, 2014.

terdapat kesamaan dimana bahwa dalam hal pengiriman masih sering terdapat kendala dan dapat dikatakan belum optimal atau maksimal.

2. Daya Tanggap

Elemen selanjutnya yang harus diperhatikan dalam memberikan layanan kepada konsumen adalah mengenai daya tanggap. Karyawan harus bekerja secara profesional dengan menunjukkan kemampuan serta pengetahuan yang sesuai dengan bidang pekerjaannya. Daya tanggap tinggi yang ditunjukkan oleh karyawan akan meningkatkan kepuasan bagi konsumen.⁹⁸ Dalam memberikan pelayanan kepada konsumen dan mengatasi segala permasalahan yang dialami oleh konsumen, karyawan harus memiliki daya tanggap yang baik serta menunjukkan kemampuan untuk mengatasi permasalahan yang terjadi. Dalam hasil wawancara dapat diketahui bahwa daya tanggap yang dimiliki oleh karyawan di Kantor Pos Cabang Madiun sudah memiliki dan menunjukkan kemampuan dibidangnya masing-masing. Berdasarkan hasil wawancara juga telah dijelaskan untuk masalah pengiriman barang para kurir sudah disesuaikan dan diberikan tugas sesuai dengan wilayah pengiriman masing-masing. Ketika terdapat komplain atau masalah maka para

⁹⁸ Gregorius Chandra, *Strategi dan Program Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 2005)

konsumen bisa langsung menghubungi kurir yang bertugas di wilayah tersebut.⁹⁹

Dari hasil analisis data mengenai daya tanggap disesuaikan dengan teori yang relevan mengenai hal itu, maka dapat peneliti simpulkan bahwa selain dengan daya tanggap yang baik oleh para karyawan kepada konsumen hal tersebut secara otomatis akan mampu meningkatkan kepuasan konsumen terhadap layanan yang diberikan. Di Kantor Pos Cabang Madiun jika terjadi permasalahan mengenai paket yang belum juga diterima oleh konsumen maka pihak Kantor Pos Cabang Madiun akan segera mengidentifikasi akar dari permasalahan tersebut. Apakah permasalahan terjadi karena kelalaian pihak kantor Pos Cabang Madiun, kurir pengiriman ataupun kurang jelasnya alamat yang diberikan oleh pelanggan kepada pihak kantor Pos Cabang Madiun. Dengan begitu dapat dikatakan bahwa daya tanggap yang dimiliki oleh Kantor Pos Cabang Madiun sudah bagus dan maksimal. Daya tanggap cepat dan akurat sudah diberikan pihak kantor Pos Cabang Madiun kepada konsumen.

3. Jaminan

Elemen selanjutnya sebagai salah satu faktor dalam memberikan layanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Indikator dalam elemen ini adalah kepastian, dan memperhatikan etika-etika saat berkomunikasi dalam menawarkan kerjasama kepada pelanggan.

⁹⁹ Lihat Transkrip Wawancara pada Nomor 02/W/10-02/2022 dalam Lampiran Laporan Hasil Penelitian

Seorang konsumen memerlukan sebuah jaminan atau kepastian terhadap sebuah jasa ataupun produk yang digunakan.¹⁰⁰ Dengan adanya jaminan konsumen akan merasa aman dengan paket yang dikirimkan dengan menggunakan jasa Kantor Pos Cabang Madiun. Dalam bidang surat korporat beberapa jaminan yang diberikan adalah dengan memberikan proposal bermaterai dengan ketentuan-ketentuan dan jaminan yang diperoleh oleh perusahaan-perusahaan yang bekerjasama dengan kantor Pos Cabang Madiun. Selain itu perusahaan-perusahaan yang bekerja sama dengan kantor Pos Cabang Madiun dapat memilih sendiri layanan pengiriman yang hendak digunakan.

Selain itu pihak pelanggan korporat juga mendapatkan harga yang lebih murah dari pelanggan biasanya.¹⁰¹ Selama melakukan kerjasama dan menawarkan kerjasama dibidang korporat pihak Kantor Pos Cabang Madiun tidak menemukan kendala yang signifikan. Pihak kantor Pos Cabang Madiun sangat memperhatikan etika dalam menawarkan kerjasama. Pihak Kantor Pos menjelaskan mekanisme kerjasama dengan tertulis sehingga benar-benar akurat dan terpercaya.

Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa etika kantor Pos Cabang Madiun sudah sangat baik dan memberikan jaminan sesuai dengan apa yang dibutuhkan para pelanggan. Kantor Pos

¹⁰⁰ Gregorius Chandra, *Strategi dan Program Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 2005) 8-9

¹⁰¹ Lihat Transkrip Wawancara pada Nomor 02/W/10-02/2022 dalam Lampiran Laporan Hasil Penelitian

Cabang Madiun selalu memberikan perhatian kepada pelanggan dan selain itu selalu menjaga sikap, serta etika ketika berhadapan langsung dengan konsumen.

4. Empati

Indikator dari elemen empati ini adalah dalam memberikan pelayanan yang bagus terhadap kebutuhan pelanggan atau konsumen. Perhatian yang diberikan karyawan kepada konsumen, sikap karyawan kepada konsumen dan juga kemampuan konsumen dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Empati ataupun perhatian yang diberikan oleh karyawan kepada konsumen juga merupakan faktor penting untuk memberikan rasa kepuasan dan kenyamanan kepada konsumen.¹⁰²

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa kantor Pos Cabang Madiun selalu berusaha untuk bersikap baik kepada setiap konsumen. Sebagai penyedia layanan jasa dalam bidang surat korporat, kantor Pos Cabang Madiun selalu memperhatikan kebutuhan konsumen atau pelanggan.¹⁰³ Bentuk empati lain yang dilakukan adalah dengan memperhatikan betul angkutan yang digunakan untuk mengirimkan barang. Menjalin silaturahmi dengan pelanggan juga menjadi salah satu bentuk empati

¹⁰² Gregorius Chandra, *Strategi dan Program Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 2005) 8-9

¹⁰³ Lihat Transkrip Wawancara pada Nomor 02/W/10-02/2022 dalam Lampiran Laporan Hasil Penelitian

ataupun perhatian yang sering dilakukan oleh pihak Kantor Pos Cabang Madiun.

Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa empati kantor Pos Cabang Madiun sudah sangat baik dalam memberikan perhatian kepada konsumen sesuai dengan apa yang dibutuhkan para pelanggan. Selain itu Kantor Pos Cabang Madiun juga selalu menjaga sikap, dan tidak mengecewakan konsumen pada waktu menjalankan layanan tersebut. Selalu berhati-hati dan memperhatikan keperluan konsumen dengan seksama agar konsumen tidak kecewa.

5. Bukti Nyata

Bukti nyata menjadi elemen yang tidak kalah penting. Strategi layanan yang diberikan kantor Pos Cabang Madiun dapat dilihat dari berbagai sarana dan prasarana yang diberikan sebagai salah satu bentuk bukti nyata layanan yang diberikan kantor Pos Cabang Madiun dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Bukti nyata dari sebuah pelayanan yang baik dapat dilihat dari sisi sarana dan prasarana yang memadai.¹⁰⁴

Berdasarkan hasil wawancara bukti nyata yang dimiliki oleh Kantor Pos Cabang Madiun adalah kantor Pos Cabang Madiun telah memberikan pelayanan yang baik. Selain itu kantor Pos Cabang Madiun juga telah memiliki sarana dan prasarana yang memadai. Kantor Pos Cabang Madiun memiliki angkutan pengiriman berupa

¹⁰⁴ Gregorius Chandra, *Strategi dan Program Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 2005) 8-9

mobil dan juga motor untuk mengirimkan barang korporat. Selain itu pihak Kantor Pos Cabang Madiun juga memberikan resi sebagai salah satu bukti nyata bahwa Kantor Pos Cabang Madiun telah mengirimkan barang korporat yang dimaksudkan.¹⁰⁵

Berdasarkan hal tersebut maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa pihak Kantor Pos Cabang Utama Madiun dalam melakukan layanan jasa ini betul-betul diperhatikan. Mulai dari memperhatikan kapasitas barang sampai apa yang dibutuhkan konsumen. Semua itu dilakukan agar pelanggan mempercayai dan tidak lain agar selalu setia kepada Kantor Pos. Selain dengan adanya bukti nyata ini strategi tersebut sangat baik dilakukan untuk menunjang perkembangan layanan jasa korporat di Kantor Pos, juga agar Kantor Pos tetap menjadi ekspedisi pilihan masyarakat khususnya Kota Madiun dan sekitarnya.

B. Analisis Dampak Strategi Layanan pada kepuasan konsumen Jasa Pos Surat Korporat di Kantor Pos Cabang Utama Madiun

Sebuah pelaksanaan strategi tentu akan menimbulkan dampak, baik yang bersifat positif maupun negatif. Setiap instansi atau perusahaan yang berada dalam lingkup pelayanan setidaknya harus memperhatikan prinsip-prinsip pelayanan yang ditentukan serta sesuai dengan yang tercantum dalam kode etik pelayanan atau perusahaan tersebut. Setiap harus mampu mendefinisikan kualitas berdasarkan tujuan dan harapan masing-masing

¹⁰⁵ Lihat Transkrip Wawancara pada Nomor 02/W/10-02/2022 dalam Lampiran Laporan Hasil Penelitian

konsumen. Perusahaan jasa harus berorientasi pada konsumen dan harus mampu mendengar apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Kualitas layanan merupakan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas langganan yang mereka terima. Pada kenyataan praktik dilapangan dalam sebuah perusahaan jasa pengiriman yaitu di Kantor Pos Cabang Utama Madiun adalah terdapat beberapa komplain baik itu dari penerima lokal maupun penerima luar kota. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dijabarkan di bab sebelumnya telah dikatakan bahwa ketika ada komplain maka akan dikonfirmasi dulu ke kantor tujuan masalahnya apa agar bisa diberi solusi untuk masalahnya. Setelah mengetahui kejelasan dari masalah yang terjadi, barulah dapat ditentukan solusi yang dapat dilakukan untuk mengatasi masalah tersebut. Komplain sering terjadi di wilayah kota seperti keterlambatan penerimaan barang karena adanya ketidakjelasan alamat yang ditulis.

Dengan adanya permasalahan tersebut tentu akan berdampak pada kualitas kepuasan konsumen terhadap layanan yang diberikan. Evaluasi dan pemecahan masalah yang cepat dan tepat akan mengurangi resiko rendahnya kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan. Selain masalah mengenai keterlambatan pengiriman dan penerimaan barang. Faktor yang lain adalah kurangnya karyawan dalam bidang pengurusan korporat. Salah satu indikator kepuasan pelayanan adalah daya tanggap. Ketika jumlah karyawan kurang atau tidak sesuai maka akan berpengaruh pada daya tanggap karyawan terhadap konsumen. Indikator kepuasan pelanggan atau

konsumen antara lain:¹⁰⁶ Kehandalan, Daya Tanggap Karyawan, Jaminan, Empati, Bukti Fisik. Ciri khas dari kualitas layanan yang baik adalah meliputi kemudahan, kecepatan, ketepatan, kehandalan, dan empati dari petugas pelayanan dalam pemberian dan penyampaian pelayanan kepada pelanggan yang berkesan kuat yang dapat langsung dirasakan pelanggan atau konsumen pada waktu dan saat itu juga.¹⁰⁷

Untuk mengurangi dampak dari hal tersebut, strategi yang digunakan adalah dengan memberikan kejelasan tarif pengiriman. Untuk tarif pengiriman korporat itu lebih murah karena kirimannya banyak, beda selisih 4000 dengan paket biasanya. Dan semua pelanggan korporat mendapatkan jasa pickup. Dengan adanya hal tersebut diharapkan adanya tanggapan baik dari konsumen dan tidak mengurangi kepuasan pelanggan atau konsumen.

Terdapat dampak positif dari implementasi strategi layanan dalam bidang surat korporat di Kantor Pos Cabang Madiun antara lain adalah adanya peningkatan pendapatan yang mencapai hingga 200 juta perbulan.¹⁰⁸ Pendapatan menjadi tonggak dalam sebuah usaha karena dengan pendapatan yang baik akan mensejahterakan karyawan dan juga mampu meningkatkan kualitas layanan dari Kantor Pos Cabang Madiun itu sendiri. Selain mengenai pendapatan yang meningkat, dampak positif lainnya adalah banyaknya perusahaan-perusahaan yang melakukan kerjasama dengan Kantor Pos Cabang Madiun karena pihak Kantor Pos selalu memberikan

¹⁰⁶ Kumupulan artikel Hasil Penelitian Bisnis Dari Jurnal Strategi, *Manajemen Bisnis (Berbasis Hasil Penelitian)* Cet ke I, (Bandung: Alfabeta, 2006) 198

¹⁰⁷ Nina Rahmayanti, *Manajemen Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013) 18

¹⁰⁸ Lihat Transkrip Wawancara pada Nomor 02/W/10-02/2022 dalam Lampiran Laporan Hasil Penelitian

perhatian dan juga memperhatikan etika ketika menawarkan kerjasama dengan beberapa perusahaan.¹⁰⁹

Strategi layanan yang diberikan tentu akan berdampak pada kepuasan yang dirasakan konsumen. Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen diperoleh hasil bahwa konsumen merasa cukup puas dengan layanan yang diberikan oleh pihak Kantor Pos Cabang Madiun, meskipun masih sering terjadi keterlambatan dalam pengiriman barang. Konsumen juga semakin bertambah dan Kantor Pos juga memiliki konsumen atau pelanggan tetap yang menjaga hubungan baik dengan pihak kantor Pos Cabang Madiun.¹¹⁰

Berdasarkan teori dan data wawancara mengenai dampak strategi layanan yang diterapkan pada jasa pos surat korporat di Kantor Pos Cabang Utama Madiun dapat disimpulkan bahwa dampak strategi pelayanan yang ada adalah adanya dampak positif dan negatif antara lain sebagai berikut:

Dampak Negatif :

1. Adanya komplain dari penerima dalam kota maupun luar kota
2. Keterlambatan penerimaan barang karena adanya ketidakjelasan dalam penelitian alamat.
3. Kurangnya karyawan dalam bidang korporat.

Dampak Positif

1. Pendapatan yang meningkat setiap bulannya

¹⁰⁹ Lihat Transkrip Wawancara pada Nomor 02/W/10-02/2022 dalam Lampiran Laporan Hasil Penelitian

¹¹⁰ Lihat Transkrip Wawancara pada Nomor 03/W/10-02/2022 dalam Lampiran Laporan Hasil Penelitian

2. Konsumen yang merasakan cukup puas dengan layanan yang diberikan
3. Banyaknya perusahaan-perusahaan yang bekerjasama dengan Kantor Pos Cabang Madiun dalam bidang surat korporat
4. Bertambahnya kosumen dan konsumen tetap yang selalu menjaga hubungan baik dengan pihak kantor Pos Cabang Madiun .

Dengan adanya hal tersebut dapat dikatakan bahwa adanya kendala dalam strategi meningkatkan kualitas layanan. Maka sangat diperlukan solusi serta evaluasi sehingga tidak menurunkan kepuasan konsumen atau pelanggan dalam menggunakan jasa di Kantor Pos Cabang Utama Madiun.

C. Analisis Inovasi Jasa Layanan Surat Korporat Yang Dilakukan Oleh Kantor Pos Cabang Utama Madiun

Dalam upaya meningkatkan kualitas layanan jasa perlu adanya inovasi-inovasi yang mampu menarik minat konsumen atau pelanggan. Inovasi layanan merupakan bentuk dari layanan baru yang diberikan perusahaan yang diterapkan perusahaan serta penggunaan teknologi yang mengikuti perkembangan zaman yang diberikan kepada konsumen untuk memenuhi keinginan konsumen atau pelanggan.¹¹¹ Dengan adanya inovasi layanan maka akan menarik perhatian konsumen dalam menggunakan jasa yang ditawarkan. Salah satu inovasi yang dilakukan di Kantor Pos Cabang Utama Madiun adalah dengan memberikan diskon kepada konsumen dalam bidang pengiriman korporat. Dengan adanya diskon yang diberikan maka tentunya harapan besar yang terjadi adalah ketertarikan konsumen untuk

¹¹¹ Ela Zakiya Muslichati, *Pengaruh Kualitas Layanan dan Inovasi Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Sakit Buah Hati di Kabupaten Kudus*, Skripsi, UNS, 2015, 22

selalu menggunakan jasa pengiriman korporat di Kantor Pos Cabang Utama Madiun. Perbedaan harga atau dapat dikatakan dengan diskon yaitu terdapat perbedaan atau selisih harga sebesar Rp 4000 bagi layanan surat korporat dibandingkan dengan konsumen atau pelanggan dengan layanan jasa yang lainnya.

Selain memberikan inovasi berupa diskon, peran kepala *Executive General Manager* juga sangat diperlukan. Untuk meningkatkan pelayanan di Kantor Pos Cabang Utama Madiun adalah dengan melakukan kerjasama yang baik antara beberapa pihak. Dengan adanya kerjasama di beberapa pihak finance maka peningkatan pendapatan kantor akan meningkat hal itu akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Karena karyawan akan memberikan pelayanan yang baik dan maksimal dalam melayani pelanggan atau konsumen. Hubungan inovasi layanan dengan kepuasan konsumen akan memberikan pembaharuan dalam pemberian layanan baik dari teknologi yang digunakan dalam melayani konsumen, perbaikan interaksi dengan konsumen yang sangat dibutuhkan untuk menjaga komunikasi dengan konsumen untuk pengembangan layanan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis serta pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

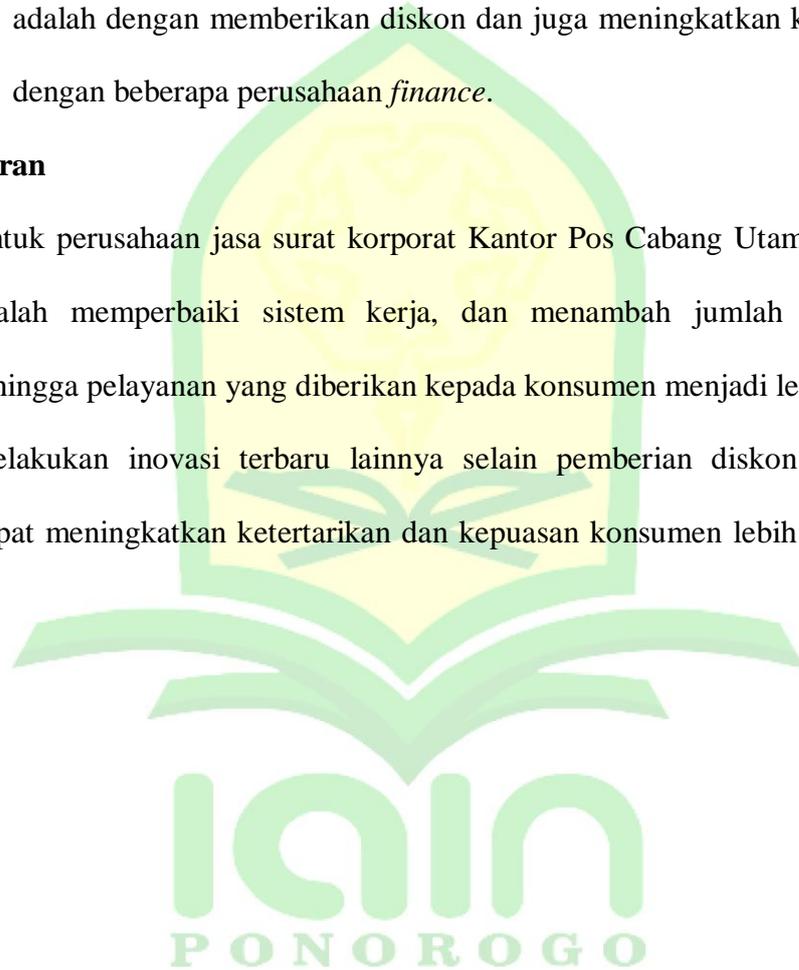
1. Strategi layanan dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen hal yang dilakukan adalah dengan memberikan penjelasan dan penjabaran mengenai sistem pengiriman barang, menyediakan sarana dan prasarana yang baik, memiliki struktur kerja yang baik dan rapi dan menyediakan pilihan jasa pengiriman dalam bidang korporat. Selain itu penerapan lima elemen layanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen dalam hal ini perusahaan-perusahaan dalam bidang jasa surat korporat. 5 elemen tersebut antara lain adalah kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti nyata. Dalam beberapa elemen layanan kantor Pos Cabang Madiun sudah cukup baik dan maksimal meskipun di beberapa elemen masih ada yang belum maksimal.
2. Dampak dalam strategi layanan dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen adalah adanya komplain baik dari dalam kota maupun luar kota. Kurangnya karyawan juga menyebabkan strategi dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen atau pelanggan tidak maksimal. Dampak positifnya antara lain pendapatan yang meningkat setiap bulannya. Konsumen yang merasakan cukup puas dengan layanan yang diberikan. Banyaknya perusahaan-perusahaan yang bekerjasama

dengan Kantor Pos Cabang Madiun dalam bidang surat korporat. Bertambahnya kosumen dan konsumen tetap yang selalu menjaga hubungan baik dengan pihak kantor Pos Cabang Madiun

3. Inovasi yang dilakukan dalam meningkatkan kepuasan konsumen adalah dengan memberikan diskon dan juga meningkatkan kerja sama dengan beberapa perusahaan *finance*.

B. Saran

1. Untuk perusahaan jasa surat korporat Kantor Pos Cabang Utama Madiun adalah memperbaiki sistem kerja, dan menambah jumlah karyawan sehingga pelayanan yang diberikan kepada konsumen menjadi lebih baik.
2. Melakukan inovasi terbaru lainnya selain pemberian diskon sehingga dapat meningkatkan ketertarikan dan kepuasan konsumen lebih baik lagi.



DAFTAR PUSTAKA

Daftar Buku

- Atik Septi, dan Ratminto, *Manajemen Pelayanan* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2005).
- Juni Priansa, Donni, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Afabeta, 2017).
- Kumpulan artikel Hasil Penelitian Bisnis Dari Jurnal Strategi, *Manajemen Bisnis (Berbasis Hasil Penelitian)* Cet ke I, Bandung: Alfabeta, 2006
- Marzuki, *Metodologi Riset*, (Yogyakarta: Prasetia Widia Pratama Yogyakarta)
- Nawawi. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Bisnis yang Kompetitif*. (Gajah Mada University press. Yogyakarta. 2003).
- Nazar , Moh,Ph.D, *Metode Penelitian* (Jakarta :Pt Bhakti Indonesia, 2003.
- Rahmayanti, Nina, *Manajemen Pelayanan Prima*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013
- R Terry, George, *Asas-Asas Manajemen*, Cetakan ke 5, (PT Alumni, Bandung, 2006).
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*. (Bandung : ALFABETA). 2012.
- S.P Hasibuan, Malayu, Op.cit.
- Suwandyanto, M. 2010. *Manajemen Strategi dan kebijakan Perusahaan*. (Jakarta: Salemba Empat).
- Sugiarto, Endar, *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*, (Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama,2002).
- Tjiptono, Fandi, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1996).

Yamit, Zulian, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa Cetak kedua*, (EKONISIA:Yogyakarta, 2002).

Daftar Jurnal

Haryanto, Ryan, *Kualitas Pelayanan PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Dumai*, *Jurnal Online Mahasiswa*, Vol 1, No 2, 2014.

Sari Listyorini, dan Padma T Wibawa Naili Farida, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan PT. Matahari Silverindo Jaya Semarang*”, *Diponegoro Journal of Social and Politic*, Vol. 02, 2014.

Sari, Winda, “*Penerapan Fungsi Manajemen Dalam Pengelolaan Perpustakaan*” *Jurnal Ilmu Informasi Kepustakaan dan Kearsipan*”, Volume 1 Nomor 1, edisi September 2012.

Yacoeb, M *Konsep Manajemen Dalam Perspektif Al-Qur`an*, *Jurnal Ilmiah Didaktika*, Volume 14 Nomor 1, Edisi Agustus 2013.

Daftar Skripsi

Aulia, Nurlita, *Studi Komparatif Strategi Peningkatan Layanan Dan Kepercayaan Konsumen Antara Jasa Pengiriman Barang JNE Dan J&T Di Kota Palangkaraya*, Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, 2021.

Azis, Asriel, *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan dan loyalitas konsumen (studi kasus pada pengguna jasa pengiriman paket PT. Pos Indonesia (Persero)*, Universitas Negeri Yogyakarta, 2019.

Desra, Cahaya, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Barang PT. Kemasindo Cepat Nusantara Medan*, Universitas Medan Area, 2016.

- Dianita, Zelvi, *Strategi Pelayanan Di PT. Arminareka Perdana Surabaya*, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019.
- Erwanto, *Administrasi Jasa Pos Surat korporat Di Bagian Pos Express kantor Pos Solo 57100*, (Tugas Akhir Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2012).
- Hasby, Nurdalilah, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen JNE Express Agen Pangkalan Mansyur* Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2019.
- Mariana, *Analisis Strategi Pemasaran Layanan Pos Express Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Makassar*, Universitas Muhammadiyah Makassar, 2018.
- Marlina, Desi, *Strategi Pelayanan Customer Service Dan Teller Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Di Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah Metro*, (Iain Metro, 2018).
- Pujiono, Dedy Pratama, *Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan PT. Pos Indonesia Cabang Jember Pada Konsumen*, Universitas Jember, 2015.
- Sepbrina Putri, Lutvyana Vin, *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Jasa Terhadap Loyalitas Konsumen Di PT. Pos Indonesia (Studi Kasus Di PT. Pos Indonesia Cabang Madiun)*, Iain Ponorogo, 2019.
- Suharni, *Pengaruh Kinerja Pelayanan Jasa Pengiriman Terhadap Keunggulan Bersaing Pada J&T Express Talasalapang Kota Makassar*, (Universitas Muhammadiyah Makassar, 2020).

Syamsuddien, Muhammad Ali, *Inovasi layanan PT. Pos Indonesia dalam peningkatan kualitas pelayanan sebagai upaya menjaga eksistensi di era persaingan global*, Universitas Lampung, 2016.

Zakiya Muslichati, Ela , *Pengaruh Kualitas Layanan dan Inovasi Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Sakit Buah Hati di Kabupaten Kudus*, Skripsi, UNS, 2015.

Daftar Website

<http://repository.stei.ac.id> (diakses pada tanggal 1 Maret 2022, jam 10.00 WIB).

<http://www.posindonesia.co.id> (diakses pada tanggal 15 Januari 2022, jam 08.00 WIB)

Daftar Wawancara

Yeyen, wawancara 2 oktober 2022

Anisa, wawancara 2 Oktober 2022

Lusi, wawancara 2 oktober 2022

Shandy, wawancara 12 November 2022

