

**ANALISIS SISTEM PELAYANAN KANTOR POS III PADANG  
DALAM RANGKA PEMENUHAN KEPUASAN PELANGGAN**

**TUGAS AKHIR**

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan  
Program Sarjana pada Jurusan Teknik Industri  
Fakultas Teknik Universitas Andalas

Oleh:

**GUSRINA YESI**

**BP. 02 173 017**

Pembimbing:

**Asmuliardi Muluk, PhD**

**NIP. 132 166 502**



**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG**

**2007**

## ABSTRAK

Kantor Pos III Padang sebagai salah satu perusahaan jasa yang berorientasi pada kepuasan pelanggan mengalami penurunan penggunaan jasa layanan yang ditawarkan, baik layanan surat maupun layanan wesel. Terjadinya penurunan penggunaan layanan jasa ini selain disebabkan oleh komunikasi dan informasi juga disebabkan oleh rendahnya kualitas pelayanan yang diberikan sehingga belum mampu memuaskan konsumen sepenuhnya. Disamping itu juga disebabkan karena semakin gencarnya perusahaan pesaing dalam menguasai pangsa pasar yang ada.

Berdasarkan kondisi tersebut agar dapat menguasai pangsa pasar dan menjawab harapan pelanggan maka Kantor Pos III Padang harus meningkatkan kualitas pelayanannya. Salah satu caranya adalah dengan pengukuran kualitas pelayanan, pengukuran kualitas pelayanan ini dilakukan dengan menggunakan metode Servqual (Service Quality). Pengukuran dengan metode ini didasarkan pada skala multi-item yang dirancanag untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan, serta *gap* diantara keduanya pada 5 dimensi utama kualitas jasa yaitu *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Emphaty*. Berdasarkan model konseptual dari kualitas pelayanan ketidaksesuaian muncul dari 5 macam kesenjangan/*gap* yang dibagi kedalam dua kelompok yaitu satu kesenjangan yang bersumber dari sisi penerima (pelanggan), dan 4 macam kesenjangan dari sisi penyedia jasa (manajemen).

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa tingkat kepekaan karyawan terhadap dimensi kualitas pelayanan Servqual untuk layanan surat dan wesel adalah 98.42% dan 96.39%. Hal ini menandakan tingkat kepekaan karyawan dalam memahami keinginan pelanggan baru sebesar 98.42% dan 96.39%. Sedangkan tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan terhadap layanan jasa yang ditawarkan masih jauh dari yang diharapkan yaitu baru mencapai 72.53% untuk layanan surat dan 71.78% untuk layanan wesel. Untuk meningkatkan prioritas perbaikan didasarkan pada nilai rata-rata *Servqual* terbobot (SQi) dan *importance and performance matrix* yang masuk dalam kuadran I.



## Bab I Pendahuluan

### 1.1 Latar Belakang

Dewasa ini, globalisasi telah menyentuh seluruh aspek bisnis termasuk bisnis jasa. Keberadaan suatu bisnis atau industri jasa sangat ditentukan oleh keberhasilan untuk meraih, memuaskan dan mempertahankan pelanggannya. Kegagalan dalam upaya ini dapat menyebabkan perusahaan lain atau perusahaan pesaing mengambil alih dan bahkan merebut pelanggan yang telah ada. Sehingga mengharuskan setiap perusahaan jasa untuk mengembangkan strategi tertentu melalui pemanfaatan peluang-peluang yang ada pada lingkungan bisnis yang bergerak cepat dan kompetitif. Strategi-strategi tersebut harus didukung oleh seluruh komponen-komponen yang terlibat pada bisnis jasa tersebut.

Dalam sebuah bisnis jasa terjadi interaksi yang sangat erat antara penyedia jasa dan pelanggan, dimana kedua pihak mempengaruhi hasil dari jasa tersebut. Untuk itu dalam sebuah bisnis jasa fokus utama dalam pemberian jasa adalah memenuhi dan melampaui kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan (Tjiptono 2001). Dan salah satu faktor yang harus diperhatikan adalah kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, karena kualitas pelayanan memiliki arti penting dalam meraih kepercayaan konsumen dan memenangkan persaingan bisnis khususnya persaingan bisnis industri jasa.

PT. Pos Indonesia adalah salah satu perusahaan jasa yang menurut Undang-undang No 6 Tahun 1984 merupakan satu-satunya Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bertanggung jawab atas kegiatan layanan pos seperti lalu lintas informasi, uang dan pengiriman barang dalam masyarakat Indonesia. Saat ini Pos Indonesia memiliki tiga jenis layanan utama yaitu layanan komunikasi, layanan keuangan dan layanan logistik. Untuk layanan komunikasi produk yang ditawarkan berupa surat biasa, kilat khusus, tercatat dan ekspres. Sementara untuk layanan keuangan produknya berupa berupa wesel, giro, tabungan dan

pembayaran tagihan rekening (*SOPP/Sistem Online Payment Point*). Sedangkan untuk layanan logistik produk yang ditawarkan berupa pengiriman paket.

Kantor Pos III Padang merupakan salah satu cabang dari Pos Indonesia yang berfungsi sebagai kantor pemeriksa, sentral pengolahan pos, sentral giro gabungan, sebagai unit divisi paket, disamping itu juga sebagai tempat berbagai transaksi keuangan seperti pengiriman uang dan pembayaran tagihan serta juga berfungsi sebagai *Internet Service Provider (ISP)*. Berdasarkan informasi yang didapatkan dari Bagian Pemasaran, sejak beberapa tahun terakhir Kantor Pos III Padang mengalami penurunan penggunaan layanan jasa yang ditawarkan, sehingga mengakibatkan Kantor Pos III Padang mengalami penurunan pendapatan yang sangat signifikan. Terjadinya penurunan penggunaan layanan ini selain disebabkan karena kemajuan dibidang teknologi komunikasi dan informasi, juga disebabkan karena masih rendahnya kualitas pelayanan yang diberikan, padahal pelayanan (*service*) adalah inti dari bisnis PT. Pos Indonesia, dan menurut Kotler layanan yang memuaskan merupakan faktor yang sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Rendahnya kualitas pelayanan ini terlibat dari adanya keluhan-keluhan pelanggan terhadap pihak pos. Seperti kiriman pos sering kali terlambat sampai ditujuan, barang yang dikirim mengalami kerusakan sampai di tangan pelanggan dan bahkan ada yang tidak sampai ke alamat yang dituju. Disamping itu faktor lain yang menyebabkan rendahnya penggunaan layanan pos ini disebabkan karena perusahaan jasa swasta yang memberikan layanan sejenis semakin bermunculan. Mereka muncul dengan strategi-strategi melalui produk andalan mereka, jaminan keselamatan serta kecepatan waktu tempuh dengan melakukan promosi-promosi kepada masyarakat. Sehingga perusahaan-perusahaan jasa tersebut mampu menguasai pangsa pasar yang lebih besar jika dibandingkan dengan Kantor Pos III Padang.

Melihat kondisi di atas maka Kantor Pos III Padang agar dapat menguasai pangsa pasar dan menjawab harapan pelanggan, maka peningkatan mutu pelayanan yang berkualitas yang memberikan kepuasan kepada pelanggan harus menjadi tindakan



yang nyata bagi pihak Kantor Pos III Padang. Hal ini sesuai dengan slogan perusahaan "Untuk Anda Kami Ada" yang mencerminkan komitmen PT. Pos Indonesia untuk lebih berorientasi kepada pelanggan. Dengan adanya pelayanan yang berkualitas ini diharapkan akan dapat memuaskan pelanggan yang pada akhirnya dapat menciptakan loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa yang ditawarkan.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana komitmen Kantor Pos III Padang dalam menerapkan sistem manajemen kualitas yang berfokus pada pelanggan tersebut, dan perumusan masalah pada penelitian ini adalah "bagaimanakah kualitas pelayanan jasa Kantor Pos III Padang berdasarkan persepsi dan ekspektasi dari pihak pelanggan eksternal dan pihak karyawan yang berinteraksi langsung dengan pelanggan eksternal".

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah diungkapkan sebelumnya, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini terutama adalah untuk:

1. Mengetahui kepuasan pelanggan berdasarkan harapan/ekspektasi dan persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan jasa Kantor Pos III Padang.
2. Mengetahui kepekaan karyawan Kantor Pos III Padang dalam memenuhi keinginan/kebutuhan pelanggan berdasarkan tingkat ekspektasi/harapannya.

## **1.4 Batasan Masalah**

Pada penelitian ini dilakukan pembatasan masalah agar penelitian ini lebih terarah dan tetap fokus pada rumusan tujuan yang telah ditetapkan. Adapun beberapa hal yang menjadi batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan terhadap produk layanan yang bersifat standar.

## Bab 6 Penutup

Pada bab 6 ini akan diuraikan mengenai kesimpulan dan saran dari penelitian yang dilakukan.

### 6.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian tentang analisi system pelayanan Kantor Pos III Padang dapat diambil kesimpulan:

1. Tingkat kepekaan karyawan terhadap 5 dimensi kualitas pelayanan Servqual untuk layanan surat dan wesel masih belum mencapai 100% yaitu 98.42% dan 96.39%. Ini berarti tingkat kepekaan karyawan/manajemen dalam memahami keinginan pelanggan baru 98.42% untuk layanan surat dan 96.39% untuk layanan wesel.
2. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan jasa Kantor Pos III Padang yaitu sebesar 72.53% untuk layanan surat dan 71.78% untuk layanan wesel.
3. Rata-rata kualitas pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan Kantor Pos III Padang relatif tinggi tetapi rata-rata kualitas pelayanan yang dirasakan ternyata lebih rendah dari yang diharapkan. Ini mengindikasikan adanya kesenjangan (*gap*). Kesenjangan (*gap*) terbesar baik untuk layanan surat maupun layanan wesel terjadi pada dimensi *responsiveness* dan kesenjangan terkecil terjadi pada dimensi *emphaty*.
4. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan maka prioritas perbaikan untuk semua *gap* dibuat berdasarkan nilai rata-rata Servqual terbobot ( $SQ_i$ ) dan *importance & performance matrix*, dimana variable yang mejadi prioritas perbaikan adalah yang mempunyai *gap* negatif paling besar dan masuk dalam kuadran I.

### 6.2 Saran

Beberapa saran yang diberikan berdasarkan penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengukur kepuasan pelanggan, sebaiknya juga dilakukan pengukuran kepuasan terhadap pelanggan internal/karyawan perusahaan karena kepuasan



## DAFTAR PUSTAKA

- Angraini, R. (2003). Usulan Perbaikan Sistem Pelayanan Jasa Pengiriman Paket Pos Melalui Penerapan Metode Quality Function Deployment (Studi Kasus: Kantor Pos III Padang). Jurusan Teknik Industri. Padang, Universitas Andalas.
- Arikunto, S. (1998). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta, PT. Rineka Cipta.
- Besterfield, P. D. H. (1994). Quality Control, Prentice Hall International Inc.
- Christina, D. (2006). Aplikasi Metode SERVQUAL dan Importance & Performance Matrix dalam Penilaian Kualitas Pelayanan Jasa Telekomunikasi. Jurusan Teknik Industri. Padang, Universitas Andalas.
- Diahmarrisa, T. (2003). Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Penerbangan Garuda Indonesia. Jurusan Teknik Industri. Bandung, ITB.
- G.K. Jame J. Jiang, C. L. C. (2001). "Measuring information System Service Quality: SERVQUAL. From The Other Side." Kelompok 148 Seminar 2006: 28.
- R.H.M, R. E. W. Ilmu Peluang dan Statistika Untuk Insinyur dan Ilmuan. Bandung, ITB.
- Rangkuti, F. (2003). Measuring Customer Satisfaction. Jakarta, PT. Gramedia Pustaka.
- Ronald E Walpole, R. H. M. (1995). Ilmu Peluang dan Statistika Untuk Insinyur dan Ilmuan. Bandung, ITB.
- Sarwon, J. (2006). Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS 13. Yogyakarta, Cv. Andi Offset.
- Shahin, D. A. (2006). "SERVQUAL and Model of Service Quality Gaps."
- Singarimbun, S. E. M. (1989). Metode Penelitian Survei. Jakarta, LP3ES.
- Sugyono (2002). Statistika Untuk Penelitian. Bandung, CV. Alfabeta.
- Suralaksana (1979). Teknik Tata Cara Kerja. Bandung, ITB.
- Tjptono, F. (2001). Service Quality Satisfaction. Yogyakarta, CV. Anadi Offset.