

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Kantor Pos adalah bagian dari lembaga pemerintah yang memfasilitasi sarana komunikasi bagi masyarakat. Bahkan lembaga ini sudah eksis sejak zaman Belanda. Pada awal berdirinya kantor pos, lembaga ini telah melayani pengiriman pesan berupa surat serta pengiriman uang. Dengan perkembangan teknologi yang sekarang, kantor pos mengembangkan fungsi menjadi lebih luas lagi, seperti menerima *western union*, pembayaran listrik, telepon dan lain-lain.

Kantor pos adalah kantor yang sangat penting dan berjasa karena semua komunikasi hanya bisa melalui surat-menyurat. Banyaknya alternatif lain seperti yang dimaksud membuat fungsi kantor pos tergeser dalam hal pengiriman pesan, sehingga saat ini fungsi kantor pos lebih kepada bekerjasama dengan perusahaan, instansi maupun perguruan tinggi. Pengiriman barang yang dulu biasa dilakukan oleh pos, kini mempunyai pesaing berat yaitu perusahaan jasa pengiriman swasta. Maka dari itu, kantor pos mengembangkan beberapa produk inovasi pelayanan publik serta memperbaiki kualitas pelayanan publik yang sudah ada. Karena kualitas pelayanan jasa kantor pos dapat mempengaruhi persepsi individu yang kemudian mempengaruhi opini publik.

Oleh karena itu kualitas pelayanan sebuah perusahaan harus terus diperhatikan dan dijaga sehingga menimbulkan opini yang positif dan tidak membuat citra perusahaan merosot atau menjadi buruk. Dalam pengembangan produk inovasi, kantor pos bertujuan untuk menyikapi masalah dari dampak kemajuan teknologi yang terjadi sekarang. Selain dari pada itu, kantor pos juga

mengembangkan fungsi di bidang pelayanan keuangan, seperti pembayaran tagihan kartu kredit, mobil, motor, pesan tiket kereta, bayar pajak, dan lainnya.

Dalam era perkembangan teknologi informasi saat ini, sangat banyak pihak yang berperan aktif. Dengan kompleksitas dan semakin beratnya pekerjaan atau tugas-tugas yang harus dijalankan, maka diperlukan suatu cara yang tepat dan cepat untuk menyelesaikannya, tak terkecuali juga tuntutan akan kebutuhan yang ada dalam masyarakat yang makin beragam. Untuk memenuhi kebutuhan yang beragam tersebut, tidak mungkin dikerjakan sendiri karena ada keterbatasan yang dimiliki oleh masyarakat. Untuk membantu memenuhi kebutuhan masyarakat dengan pelayanan publik yang baik, maka hadirilah PT. Pos Indonesia, dimana PT. Pos Indonesia berperan aktif menjemput bola dalam menjawab keterbatasan informasi masyarakat dan sebagai bentuk pelayanan untuk meningkatkan kepuasan. Pelayanan yang baik dapat mendekatkan dan memperbaiki pelayanan perusahaan kepada masyarakat, antara lain melalui pemotongan jalur BUMN pelayanan sehingga masyarakat dapat lebih mudah mengakses pelayanan pemerintah. Perbaikan pelayanan tersebut akan semakin baik kalau didukung oleh sistem pemerintahan yang demokratis, terbuka, akuntabel, dan memberi ruang partisipasi yang luas bagi masyarakat.

Dalam Pasal 5 UU No 25 Tahun 2009, Pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik. Dan untuk mewujudkan pelayanan publik yang prima sesuai dengan tuntutan era reformasi merupakan suatu kegiatan yang seharusnya difokuskan untuk menyokong pelaksanaan otonomi daerah supaya mencapai keberhasilan yang berkaitan dengan hal tersebut, sudah barang tentu perlu birokrasi pemerintah daerah yang baik agar dapat membangun pelayanan publik yang handal dan juga diharapkan dapat

beradaptasi sesuai dengan dinamika perubahan lingkungan, dengan maksud mampu merespon tuntutan dinamika politik, ekonomi, sosial yang selama ini berubah dengan pesat dan cepat.

Memprioritaskan pelayanan publik adalah salah satu hal yang sangat perlu dan juga merupakan misi yang juga diemban oleh kegiatan birokrasi yang memiliki komitmen, karena pada hakikatnya birokrasi berorientasi pada kepentingan publik. Oleh karena itu, tindakan tersebut dapat mewujudkan kesejahteraan dalam masyarakat. Begitu pula cita-cita masyarakat pengguna jasa akan terwujud pada kehidupan dimasa sekarang atau masa depan yang didambakannya semakin bergeser kearah hal - hal yang lebih menyangkut pada kualitas, kemudahan, kebersamaan, keadilan dan kepuasan. Birokrasi harus inisiatif, inovatif, produktif, responsif, bertanggung awab dan memiliki akuntabilitas yang baik pada publik, dilihat dari sisi lain birokrasi seharusnya memahami kebutuhan dan aspirasi masyarakat terutama berkaitan dengan pelayanan publik agar dapat menyelenggarakan pelayanan kepada masyarakat secara cepat, mudah, murah, adil dan berkualitas sesuai dengan kebutuhan kehidupan masyarakat dalam era globalisasi, dimana persaingan semakin tinggi.

PT. Pos Indonesia adalah satu penyelenggara dan penyedia pelayanan publik. Pelaksanaan kegiatan pelayanan publik diarahkan untuk menciptakan kinerja birokrasi yang profesional dan akuntabel dengan berorientasi pada kepuasan masyarakat atau pengguna jasa, yang mengutamakan pada tingkat pelayanan serta pengembangan produk-produk baru. Perubahan paradigma pelayanan publik tersebut diarahkan pada perwujudan pelayanan prima, melalui instrumen pelayanan yang dimiliki dengan orientasi pelayanan yang lebih cepat, lebih baik dan lebih murah sesuai dengan yang sudah dijanjikan. Maka dalam era sekarang ini Pelayanan pada PT Pos

yang *notabene* BUMN (Badan Usaha Milik Pemerintah) dituntut untuk memberikan pelayanan publik yang berkualitas.

PT. Pos Indonesia sangat diperlukan kehadirannya bagi masyarakat Indonesia karena merupakan salah satu wadah penyedia jasa bagi masyarakat terutama yang berhubungan dengan jasa pengiriman. Untuk menghadapi dunia usaha yang semakin kompetitif maka diperlukan penyesuaian status Badan Usaha yang lebih fleksibel dan dinamis agar mampu mengembangkan pelayanan yang lebih inovasi dan kualitas. Selain itu juga karena perkembangan teknologi sekarang ini menyebabkan munculnya sarana atau media komunikasi lain yang lebih cepat dan canggih. Sehingga masyarakat akan berkomunikasi dan memperoleh informasi baik dari dalam maupun dari luar negeri dengan mudah dan cepat. Oleh karena itu Badan Usaha Milik Negara yang bersetatus Perum Pos dan Giro telah berubah menjadi PT. Pos Indonesia (Persero) sebagaimana telah diatur pada PP No. 5 Tahun 1995. Perubahan tersebut merupakan momentum untuk reformasi secara menyeluruh dalam upaya peningkatan mutu pelayanan yang lebih berkualitas. Hal ini pun sesuai dengan salah satu ciri dari Persero yaitu bahwa makna usaha persero adalah untuk memupuk keuntungan, pelayanan dan pembinaan organisasi yang baik, efektif, efisien, dan ekonomis secara *business, cost accounting principles, management, effectiveness* dan pelayanan yang baik, memuaskan dan memperoleh laba. Untuk itu PT. Pos Indonesia dituntut agar dapat meningkatkan kualitas diri baik mengembangkan inovasi maupun pelayanannya sebagai sebuah organisasi agar lebih efektif. Hal tersebut perlu dilakukan karena seperti yang tertuang pada semboyan PT. Pos Indonesia yaitu "Tepat Waktu Setiap Waktu" yang merupakan wujud nyata bahwa pelayanan yang diberikannya itu berorientasi pada kepuasan pelanggan (*Customers*). Selain itu juga sesuai dengan salah satu unsur dari Catur Sukses Saptta Pedoman PT. Pos Indonesia yaitu pada unsur sasaran pokok yang meliputi sasaran terhadap kepuasan

pelanggan, komitmen pada pelayanan umum, produk unggulan serta harga dibawah standard competitor swasta yang lebih baik. Dengan demikian disini kepuasan masyarakat sebagai pengguna jasa pos harus diprioritaskan.

PT. Pos Indonesia adalah salah satu BUMN yang bergerak dalam bidang jasa pelayanan lalu lintas berita, uang, barang dengan memiliki jaringan pelayanan terbesar dan tersebar di seluruh pelosok tanah air. Keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan ini sangat tergantung pada sejauh mana para pegawai dapat memberikan pelayanan dalam kualitas, produk dan jasa yang mereka kembangkan serta harga yang sesuai dengan harapan dan keinginan para pengguna jasa dan seberapa efektif kinerjanya. Dalam menghadapi tuntutan masyarakat akan peningkatan pelayanan baik kualitas maupun kuantitasnya dan untuk tetap survive maka setiap kantor diusahakan untuk tidak berbuat salah yang menyebabkan keterlambatan pengiriman pos, karena pengguna jasa tidak akan menerima alasan keterlambatan karena alasan kantor.

Kualitas pelayanan memang sangat dibutuhkan bagi setiap organisasi, baik organisasi privat maupun organisasi publik. Untuk menghadapi persaingan di era teknologi informasi ini, PT. Pos Indonesia harus mempunyai inisiatif untuk menciptakan inovasi pelayanan baru. Dengan adanya inovasi pelayanan maka diharapkan PT. Pos Indonesia bisa bersaing dengan jasa layanan swasta yang lainnya. Untuk itu dalam membentuk suatu pelayanan secara utuh dan berkualitas, maka dibutuhkan kinerja yang baik. Karena kualitas pelayanan era teknologi informasi seperti ini, sangat dibutuhkan pelayanan publik agar selalu menarik dan mempunyai banyak pilihan bagi pengguna jasa pos. Maka peneliti sangat ingin mengetahui Bagaimana inovasi pelayanan publik PT. Pos Indonesia (persero) dalam menghadapi era teknologi informasi yang berkembang pesat. Dengan adanya inovasi pelayanan publik, masyarakat akan tetap tertarik untuk menggunakan jasa PT. Pos Indonesia (Persero).

1.2 RUMUSAN MASALAH

Bedasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahan yang akan di bahas adalah sebagai berikut :

1. Apakah dimensi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan di PT. Pos Indonesia?
2. Apakah dimensi produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT. Pos Indonesia?
3. Apakah dimensi harga berpengaruh terhadap kepuasan di PT. Pos Indonesia?
4. Apakah kualitas pelayanan, produk, serta harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan di PT. Pos Indonesia?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Sesuai rumusan masalah yang telah diuraikan maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pengguna jasa di PT. Pos Indonesia Kantor cabang Driyorejo.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan di PT. Pos Indonesia Kantor cabang Driyorejo.
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh harga terhadap kepuasan di PT. Pos Indonesia Kantor cabang Driyorejo.
4. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan, produk, serta harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan di PT. Pos Indonesia.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat dari penelitian sebagai berikut :

1. PT. Pos Indonesia Kantor cabang Driyorejo

Sebagai pedoman dan masukan untuk meningkatkan pelayanan dan pengembangan produk PT. Pos Indonesia Kantor cabang Driyorejo di tahun 2019 atau tahun-tahun yang akan datang.

2. Bagi Penulis

Mengembangkan pengetahuan dan menambah wawasan serta pengalaman kedalam bidang sesungguhnya, sebagai aplikasi dari ilmu yang telah diperoleh peneliti selama perkuliahan.

3. Bagi Institut

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai salah satu bentuk atau wujud yang nyata dari penerapan tugas dan fungsi Institut, dan berguna bagi pengembangan kajian-kajian ilmu manajemen ekonomi ,khususnya bagi PT. Pos Indonesia Kantor cabang Driyorejo.

4. Bagi Pembaca

Untuk menambah informasi dan sebagai bahan kajian untuk penelitian selanjutnya.