

## KUALITAS PELAYANAN PUBLIK PADA KANTOR POS CABANG PASANGKAYU 91571

Septiawan Ardiputra ; Muhammad Rizky Prawira  
[septiawan.ardiputra@unsulbar.ac.id](mailto:septiawan.ardiputra@unsulbar.ac.id) ; [muhammadrizkyprawira@unsulbar.ac.id](mailto:muhammadrizkyprawira@unsulbar.ac.id)

Prodi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Prodi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Sulawesi Barat

### ABSTRAK

Kantor Pos Cabang Pasangkayu 91571 merupakan salah satu unit kerja dari PT.Pos Indonesia (Persero) yang wilayah kerjanya meliputi 12 Kecamatan yang ada di Kabupaten Pasangkayu. Kantor Pos Cabang Pasangkayu 91571 sebagai organisasi publik dituntut harus mampu memenuhi kebutuhan pelanggan sebagai pengguna jasa dengan melakukan pelayanan publik yang berkualitas. Apabila hal ini dilakukan dengan upaya perbaikan terus-menerus sesuai kebutuhan pelanggan akan berdampak pada pemenuhan kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan publik di Kantor Pos Cabang Pasangkayu 91571. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian menggunakan teknik : observasi, wawancara dan dokumentasi. Data dianalisis menggunakan Teknik reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan publik pada Kantor Pos Cabang Pasangkayu 91571 belum terlaksana secara maksimal dikarenakan belum memenuhi kepuasan pelanggan dalam pemberian pelayanan pos. Hal ini dibuktikan dengan 5 indikator yang dijadikan tolak ukur dalam penelitian, ada satu fokus kajian yang tidak terpenuhi yaitu indikator bukti fisik (tangible) dimana belum memadainya fasilitas ruang tunggu pelayanan sehingga pelanggan merasa kurang nyaman dalam menunggu antrian. Adapun empat indikator lainnya yaitu Kehandalan (reliability), Daya tanggap (responsiveness), Jaminan (assurance), dan Empati (empathy) sudah menunjang kualitas pelayanan dengan maksimal di Kantor Pos Cabang Pasangkayu 91571.

**Kata kunci : empati; fisik; jaminan; kehandalan; ketanggapan**

---

### QUALITY OF PUBLIC SERVICE AT PASANGKAYU BRANCH POST OFFICE 91571

### ABSTRACT

*Pasangkayu Branch Post Office 91571 is one of the work units of PT.Pos Indonesia (Persero) whose working area covers 12 Districts in Pasangkayu Regency. Pasangkayu Branch Post Office 91571 as a public organization is required to be able to meet customer needs as service users by providing quality public services. If this is done with continuous improvement efforts according to customer needs, it will have an impact on meeting customer satisfaction. This study aims to analyze the quality of public services at the Pasangkayu 91571 Post Office. This research uses qualitative research. Data collection techniques in research using techniques: observation, interviews and documentation. Data were analyzed using data reduction techniques, data presentation and drawing conclusions. The results showed that the quality of public services at the Pasangkayu 91571 Post Office has not been maximally implemented because it has not fulfilled customer satisfaction in providing postal services. This is evidenced by the 5 indicators that are used as benchmarks in the study, there is one focus of the study that is not fulfilled, namely the indicators of physical evidence (tangible) where there are inadequate service waiting room facilities so that customers feel uncomfortable waiting in line. The four other indicators, namely reliability, responsiveness, assurance, and empathy (empathy) have supported the maximum quality of service at the Pasangkayu 91571 Post Office.*

**Keywords : keywords assurance, empathy, reliability, responseveness, tangibles.**

## PENDAHULUAN

Kewajiban pelayanan umum (Public Service Obligation-PSO) adalah kewajiban yang dibebankan oleh pemerintah kepada penyelenggara jasa pos untuk menyelenggarakan layanan pos jenis tertentu yang jangkauannya sampai ke pelosok dan daerah terpencil di tanah air, sehingga memungkinkan masyarakat mengirim dan atau menerima berita atau barang dari satu titik ke titik lainnya di dunia (ensure the provision of a universal postal service, allowing customers to send and receive goods and messages from any point in the world to any other point). Khusus untuk lingkup Pos oleh Kongres UPU (Universal Postal Union) / Perserikatan Pos Sedunia di Beijing tahun 1990, istilah PSO disesuaikan menjadi Universal Postal Service (UPS) atau Layanan Pos Universal.

Perusahaan yang ingin berkembang dan selalu bertahan harus dapat memberikan kepada para pelanggan produk baik barang maupun jasa yang bermutu lebih baik, harga bersaing, penyerahan lebih cepat, dan pelayanan yang lebih baik dari pada pesaing. Untuk memenuhi kepuasan pelanggan pada industri jasa, kualitas pelayanan penting dikelola perusahaan dengan baik. Dalam hal ini Wyckoff dalam (Usmara, 2003) mengemukakan bahwa Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Menurut (*Undang-Undang No.25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik*, 2009) tentang Pelayanan Publik, 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. Pemerintah modern, dengan kata lain adalah pelayanan kepada masyarakat.

Dalam (*Undang-Undang No.25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik, Pasal 14.*, 2009) dalam Tentang Pelayanan Publik menyatakan penyelenggara memiliki hak: a. Memberikan pelayanan tanpa dihambat pihak lain yang bukan tugasnya. b. Melakukan Kerjasama; c. Mempunyai anggaran pembiayaan penyelenggaraan pelayanan publik; d. Melakukan pembelaan terhadap

pengaduan dan tuntutan yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam penyelenggaraan pelayanan publik; e. Menolak permintaan pelayanan yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan.

Menyadari hal tersebut di atas, tampak betapa pentingnya usaha pemahaman akan faktor-faktor yang bisa mempengaruhi kepuasan konsumen dalam pencapaian keberhasilan pemasaran, yaitu: Dimensi tangible atau bukti langsung yang meliputi penampilan gedung, interior bangunan dan penampilan karyawan, dimensi reliability atau kehandalan yang meliputi kemampuan untuk memberikan pelayanan-pelayanan yang terbaik, dimensi responsiveness atau daya tanggap yang meliputi kesediaan karyawan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat, dimensi assurance atau jaminan yang meliputi sopan santun para karyawan dan kemampuan mereka untuk membangkitkan rasa kepercayaan dan rasa percaya konsumen, serta dimensi empathy yang meliputi rasa peduli dan perhatian secara pribadi yang diberikan pada konsumen. menurut Tjiptono, dalam (Yanti & SD, 2015)

Dalam era perdagangan bebas, setiap perusahaan menghadapi persaingan yang ketat. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing. Dengan demikian, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar (Atmawati, 2010) Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan.

Setiap perusahaan dituntut untuk membuat pelanggan merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, mengingat perusahaan harus mampu untuk mempertahankan posisi pasarnya di tengah persaingan yang semakin ketat. Kelangsungan hidup sebuah perusahaan sangat bergantung pada kepuasan para pelanggannya di satu sisi dan kemampuan menghasilkan laba di sisi lainnya. Upaya-upaya akan dilakukan oleh perusahaan untuk memuaskan kebutuhan konsumen dengan berbagai strategi dan berbagai cara dengan harapan agar pelanggan merasa puas dan selanjutnya ingin datang kembali.

Menurut (Anantharanthan Parasuraman et al., 1985) terdapat lima dimensi yang dirancang untuk mengukur kualitas pelayanan yang didasarkan pada perbedaan antara nilai harapan dengan nilai kinerja yang dirasakan oleh konsumen yaitu: Responsivness, Reliability, Assurance, Emphaty dan Tangibles. Responsivness (daya tanggap / kesigapan) adalah suatu respon / kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Reliability (kehandalan) adalah suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya. Assurance (jaminan) adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas, keramah-tamahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen / pelanggan terhadap perusahaan. Emphaty (perhatian) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada para pelanggan / konsumen. Tangibles (kemampuan fisik) adalah suatu bentuk penampilan fisik, peralatan personal, media komunikasi dan hal-hal lainnya yang bersifat fisik. Masalah pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal - hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif. Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama. Sedangkan tujuan memberikan pelayanan adalah memberikan kepuasan kepada konsumen / pelanggan, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah bagi perusahaan.

Di Indonesia, penggunaan istilah pelayanan publik (public service) dianggap memiliki kesamaan arti dengan istilah pelayanan umum atau pelayanan masyarakat. Oleh karenanya ketiga istilah tersebut dipergunakan secara dianggap tidak memiliki perbedaan mendasar. Menurut (A. S. Moenir, 2010) Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Dari definisi kualitas di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan publik merupakan suatu kondisi dimana pelayanan mempertemukan atau memenuhi atau bahkan melebihi dari apa yang menjadi harapan konsumen dengan sistem kinerja aktual dari penyedia jasa.

Keberhasilan proses pelayanan publik sangat tergantung pada dua pihak yaitu birokrasi (pelayan) dan masyarakat (yang dilayani). Dengan demikian untuk melihat kualitas pelayanan publik

perlu diperhatikan dan dikaji dari dua aspek pokok yakni : Pertama, aspek proses internal organisasi birokrasi (pelayan); kedua, aspek eksternal organisasi yakni kemanfaatan yang dirasakan oleh masyarakat atau pelanggan.

Dan Hakekat dari pelayanan publik adalah pemberian pelayanan prima kepada masyarakat yang merupakan perwujudan kewajiban aparatur pemerintah sebagai abdi masyarakat. Hal tersebut diatas merupakan konsep teoritis yang menjadi sebuah tolak ukur tentang beragamnya fenomena terhadap keputusan publik atau pelanggan dalam menggunakan jasa atau produk.

Kantor Pos Cabang Pasangkayu 91571 merupakan salah satu unit kerja dari BUMN PT.Pos Indonesia (Persero) yang wilayah kerjanya meliputi 12 Kecamatan yang ada di Kabupaten Pasangkayu. Kantor Pos Cabang Pasangkayu 91571 sebagai organisasi publik dituntut harus mampu memenuhi kebutuhan pelanggan sebagai pengguna jasa dengan melakukan pelayanan publik yang berkualitas. Apabila hal ini dilakukan dengan upaya perbaikan terus-menerus sesuai kebutuhan pelanggan akan berdampak pada pemenuhan kepuasan pelanggan.

Dan kondisi ini juga kurang didukung oleh jumlah karyawannya. 1 orang karyawan harus melayani beragam macam layanan dengan durasi pelayanan yang berbeda-beda pula tergantung jenis layanannya. Dimana jenis pelayanan tertentu tidak memerlukan waktu yang lama dengan terpaksa masyarakat / pelanggan harus menunggu begitu lama yang berdampak pada antrian panjang. Antrian merupakan hal yang sering dihadapi sehari-hari demikian juga dengan kesalnya pelanggan akibat antrian yang terlalu lama.

Berdasarkan fenomena yang terjadi dilapangan, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dan menyusunnya dengan judul : “Kualitas Pelayanan Publik pada Kantor Pos Cabang Pasangkayu 91571”

## **TINJAUAN PUSTAKA / LANDASAN TEORI**

### **Teori Mutu / Kualitas**

Mutu / Kualitas merupakan satu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kata mutu sendiri mengandung arti banyak pengertian, beberapa contoh pengertian mutu menurut (F. Tjiptono & Anastasia, 1995) adalah :

a. Kesesuaian dengan persyaratan

- b. Kecocokan untuk pemakaian
- c. Perbaikan berkelanjutan
- d. Bebas dari kerusakan / cacat.
- e. Pemenuhan kebutuhan pelanggan sejak awal dan setiap saat
- f. Melakukan segala sesuatu secara benar.
- g. Sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan

Selanjutnya (Crosby, 2002) menyatakan, bahwa kualitas adalah conformance to requirement, yaitu sesuai dengan yang disyaratkan atau distandarkan. Suatu produk memiliki kualitas apabila sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan.

### Persepsi Kualitas

Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler et al., 2009). Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Pelangganlah yang mengkonsumsi dan menikmati jasa perusahaan, sehingga merekalah yang seharusnya menentukan kualitas menyeluruh atas keunggulan suatu jasa. Namun perlu diperhatikan, bahwa kinerja jasa seringkali tidak konsisten, sehingga pelanggan menggunakan isyarat instrinsik dan ekstrinsik jasa sebagai acuan.

### Dimensi Kualitas

Dalam perkembangan selanjutnya, yaitu pada tahun 1988, (Ananthanarayanan Parasuraman et al., 1988) menemukan bahwa dari sepuluh dimensi kualitas dapat dirangkum menjadi lima dimensi sub. Kelima dimensi sub tersebut adalah

1. Bukti Fisik (tangibles), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (reliability), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan.
3. Daya Tanggap (responsiveness), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (assurance), yakni mencakup kemampuan untuk menyelenggarakan pelayanan secara handal dan akurat.
5. Empati (empathy), meliputi kepedulian dan perhatian terhadap pengguna layanan secara individu yang diberikan oleh pihak penyelenggara pelayanan.

### Konsep Pelayanan

Pelayanan pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai aktivitas seseorang, sekelompok dan organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Menurut Moenir

dalam (Adya, 2003) mengatakan bahwa “Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung”. Sedangkan (*Peraturan Menteri PANRB Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2017 Tentang Pedoman Penilaian Kinerja Unit Penyelenggara Pelayanan Publik.*, 2017), 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 administrasi yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik. “Pelayanan pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai aktivitas seseorang, sekelompok dan/atau organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan” (Pasolong, 2007).

### Pelayanan Publik

Sesungguhnya yang menjadi produk dari organisasi pemerintahan adalah pelayanan masyarakat (publik service). Pelayanan tersebut diberikan untuk memenuhi hak masyarakat, baik itu merupakan layanan civil maupun layanan publik. Artinya kegiatan pelayanan pada dasarnya menyangkut pemenuhan suatu hak. Ia melekat pada setiap orang, baik secara pribadi maupun berkelompok (organisasi), dan dilakukan secara universal.

Menurut Gibson, Ivancevich and Donnelly yang dikutip dari (Hutasoit, 2011) mengatakan bahwa “pelayanan adalah kegiatan yang dikehendaki konsumen atau klient, atau pekerjaan yang dilakukan orang lain”. Sementara itu Kotler dan Armstrong yang dikutip dari (Hutasoit, 2011) mengatakan, “pelayanan adalah kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak kasat mata dan tidak mengakibatkan kepemilikan”.

Menurut (Has, 1998) bahwa “hak atas pelayanan itu sifatnya sudah universal, berlaku terhadap siapa saja yang berkepentingan atas hak itu, dan oleh organisasi apa pun juga yang tugasnya menyelenggarakan pelayanan.” Tugas pemerintah adalah untuk melayani dan mengatur masyarakat. Sedangkan menurut (Thoha, 1995) bahwa “tugas pelayanan lebih menekankan kepada mendahulukan kepentingan umum, mempermudah urusan publik, mempersingkat waktu proses pelaksanaan urusan publik”. Sedangkan tugas mengatur lebih menekankan kepada kekuasaan atau power yang melekat pada posisi jabatan birokrasi.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian kualitatif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang dengan tujuan untuk membuat deskripsi gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Sugiyono, 2010).

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, dalam penelitian kualitatif data yang dikumpulkan bukan berupa angka-angka melainkan data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, catatan memo, gambar (foto) dan dokumen resmi lainnya (Sugiyono, 2010).

Sesuai dengan apa yang menjadi tujuan penelitian ini, penelitian kualitatif ini ingin mengidentifikasi dan mendeskripsikan hal-hal yang berkaitan dengan Kualitas Pelayanan Publik di Kantor Pos Cabang Pasangkayu 91571 ditinjau dari Keandalan (Reliability), Ketanggapan (Responsiveness), Jaminan / Kepastian (Assurance), Empati (Empathy), dan Berwujud / Bukti Langsung (Tangible). Lokasi yang menjadi tempat penelitian yaitu pada Kantor Pos Cabang Pasangkayu 91571.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Kantor Pos Cabang Pasangkayu 91571

Dalam sejarahnya, Pos Indonesia merupakan salah satu BUMN tertua di Indonesia. Keberadaannya di Nusantara berawal dari perusahaan dagang Hindia Belanda atau Vereenigde Oostindische Compagnie (VOC) yang mendirikan Kantor Pos Pertama pada tanggal 26 Agustus 1746 di Batavia (Jakarta) yang dimana pada tanggal tersebut diperingati sebagai Hari Ulang Tahun BUMN PT.Pos Indonesia (Persero), dengan maksud untuk memudahkan pengiriman surat, terutama dalam kegiatan perdagangan.

Pos Indonesia merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang Jasa Kurir, Logistik, dan Jasa Keuangan. Nama Pos Indonesia (Persero) secara resmi digunakan pada tahun 1995, setelah sebelumnya menggunakan nama dinas PTT (Posts Telegraaf end Telefoon Diensts) pada Tahun 1906; kemudian berubah menjadi Djawatan PTT (Pos Telegraph and Telephone) pada tahun 1945; kemudian berubah status menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel) di tahun 1961; dan

menjadi PN Pos & Giro di tahun 1965, serta kemudian menjadi Perum Pos dan Giro di tahun 1978. Selama 17 tahun berstatus Perusahaan Umum tepatnya pada tanggal 20 Juni 1995 berubah menjadi Perseroan Terbatas dengan nama PT Pos Indonesia (Persero) hingga kini. Penopang pendapatan Pos Indonesia masih ada di bisnis suratpos, paketpos dan jasa keuangan. Kendati volume pengiriman surat individu tengah menurun, namun volume pengiriman surat bisnis dan kiriman korporasi terus meningkat. Sumber pendapatan terpenting lainnya adalah jasa pembayaran, jasa pengiriman uang, pengiriman paket dan logistik.

Inovasi terus dilakukan oleh Pos Indonesia antara lain pembangunan Post Shop yang merupakan pengembangan bisnis ritel yang diimplementasikan untuk merubah image Kantor pos konvensional menjadi Kantor pos modern dengan pola layanan one stop shopping, yaitu Postal Services (jasa ritel) berupa layanan pengiriman surat, paket, jasa keuangan, penjualan Postal items (meterai, prangko, produk filateli dan lain lain), dan layanan Online Shopping. Selain itu PT.Pos Indonesia (Persero) saat ini juga memiliki 3 (Tiga) anak perusahaan yaitu : PT.Pos Logistik Indonesia, PT.Pos Properti Indonesia dan PT.Pos Finansial Indonesia.

Mempunyai jaringan yang sangat luas hingga 4.800 kantor pos online. Jumlah titik layanan (Point of Sales) mencapai 58.700 titik dalam bentuk kantor pos, Agenpos, Mobile Postal Service, dan lain lain. Pos Indonesia memiliki jaringan yang dedicated, sistem distribusi yang handal, Track and Trace, layanan yang prima, kecepatan, ketepatan, serta harga yang kompetitif. Kantor pos merupakan tempat strategis untuk transaksi penjualan, dan atau distribusi barang dan jasa. Salah satu dari 4.800 Kantor Pos Online yang dimiliki oleh PT.Pos Indonesia (Persero) adalah Kantor Pos Cabang Pasangkayu 91571 yang dalam hal ini menjadi lokasi penelitian.

### Kehandalan (Reliability)

Dimensi Kehandalan (Reliability) adalah pengetahuan dan keramahan petugas pemberi layanan serata kemampuan mereka untuk menginspirasi kepercayaan dan kenyamanan bagi pengguna layanan. Aspek ini merupakan salah satu yang paling diharapkan oleh pelanggan. Karyawan yang ramah akan menjadi salah satu faktor determinan bagi pengguna layanan untuk memberikan penilaian yang baik atas pelayanan yang disajikan. Menurut Parasuraman (Lupiyoadi, 2001) Reliability yakni kemampuan memberikan

pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan terpercaya. Harus sesuai dengan harapan pelanggan berarti kinerja yang tepat waktu, pelayanan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan dengan akurasi tinggi.

Dari pendapat tersebut diatas dapat dikatakan bahwa Kehandalan (Reliability) yang mencakup keterampilan para Karyawan Kantor Pos Pasangkayu dalam melayani pengiriman suratpos, paketpos, wesepos dan jasa keuangan yang berlandas pada etika para karyawan, saat melayani pelanggannya. Disamping itu Kehandalan (Reliability) akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan karena apa yang diinginkan pelanggan dapat dipenuhi oleh pemberi pelayanan yaitu dengan pengetahuan dan keterampilan dari Karyawan tersebut. Kesopanan dan keramahan pegawai akan membuat masyarakat merasa dihargai sehingga mereka puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Kantor Pos Cabang Pasangkayu 91571. Hubungan Kehandalan (Reliability) dengan kualitas pelayanan adalah kehandalan (Reliability) mempunyai pengaruh positif terhadap keberhasilan kualitas pelayanan. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh Kantor Pos maka nilai pelayanan juga akan semakin tinggi/berkualitas, dan jika persepsi pelanggan terhadap Kehandalan (Reliability) yang diberikan oleh Kantor Pos Cabang Pasangkayu 91571 buruk maka kepuasan pelanggan juga akan semakin rendah.

Sikap ramah dan santun karyawan dalam memberikan pelayanan jasa pos kepada masyarakat. Pernyataan ini meliputi pernyataan yang berkaitan dengan sikap ramah dan santun pegawai Kantor Pos dalam melayani masyarakat. Menurut (Gaspersz, 2008) “atribut atau dimensi yang harus diperhatikan dalam perbaikan kualitas pelayanan antara lain kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan khususnya pada interaksi langsung.” Pada interaksi langsung komunikasi antara karyawan dan pelanggan sangat penting untuk membina hubungan yang baik antara pemberi layanan dan penerima layanan agar tidak terjadi kesalahan dalam memberikan pelayanan produk pos. Alangkah baiknya dalam memberikan pelayanan pos dilaksanakan dengan sikap ramah serta sopan dari para karyawan. Oleh sebab itu, sikap yang perlu dimiliki karyawan Kantor Pos dalam melayani masyarakat seyogyanya adalah menerima dengan ramah masyarakat dengan sikap sopan, pembicaraan yang wajar dalam arti tidak dibuat-

buat, cukup jelas dan tidak menimbulkan keraguan, dengan sikap karyawan yang seperti itu maka akan memperlancar proses pelayanan pos, dengan sikap ini nasabah akan merasa puas dan dihargai.

Sikap ramah dari karyawan dapat dilihat pada saat pemberian pelayanan dalam situasi apapun karyawan tetap menunjukkan karamahannya dan kesantunannya serta memperhatikan pertanyaan atau keluhan dari para pengguna jasa Kantor Pos. Di Kantor Pos Cabang Pasangkayu 91571 sikap ramah dan santun menjadi prioritas utama karena sebagai badan Usaha Milik Negara sudah sepatutnya memberikan pelayanan publik sesuai dengan standar pelayanan publik. Sikap ramah dan santun sudah terpenuhi dengan baik dimana setiap karyawan Kantor Pos Cabang Pasangkayu 91571 dalam memberikan pelayanan pos kepada pelanggan sangat ramah. Hal tersebut berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara penulis dengan beberapa pengguna layanan di Kantor Pos Cabang Pasangkayu 91571.

#### **Daya Tanggap (Responsiveness)**

Dimensi Responsiveness adalah kesediaan untuk membantu pengguna layanan. Hal ini merujuk kepada ketanggapan dari petugas pelayanan yang akan meningkatkan rasa kenyamanan pengguna layanan. Peran organisasi ini menghadapi masalah dengan kekhawatiran akan kehilangan pelanggan akan tetapi dalam negara demokrasi, masyarakat atau warga negara harus menjadi fokus perhatian dari penyelenggaraan perekonomian, sehingga respon atau kesiapan karyawan dalam membantu masyarakat dan memberikan pelayanan yang tanggap menjadi sesuatu yang sangat urgen dalam mewujudkan kualitas pelayanan publik yang meliputi kesiapan pegawai dalam melayani masyarakat serta penanganan keluhan masyarakat.

Setiap karyawan dalam memberikan bentuk-bentuk pelayanan mengutamakan aspek pelayanan yang sangat mempengaruhi perilaku orang yang mendapat pelayanan sehingga diperlukan daya tanggap yang aktif dari karyawan untuk melayani nasabah. Daya tanggap adalah kemampuan perusahaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsive) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas dan membiarkan masyarakat menunggu terlalu lama merupakan persepsi negatif dalam kualitas pelayanan. Menurut (Kotler, 2002) Daya Tanggap adalah Kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.

Menurut (Parasuraman, 2000) Responsiveness atau ketanggapan yaitu suatu kemampuan para staff untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan informasi yang jelas.

Dari pendapat diatas, maka dapat penulis simpulkan bahwa daya tanggap adalah bentuk pemberian pelayanan yang diberikan kepada masyarakat sesuai tingkat pemahaman dan tindak lanjut dalam merespon suatu pelayanan yang diterima, daya tanggap ditentukan oleh pemberian pelayanan yang dapat menciptakan respon yang positif.

Karyawan Kantor Pos Cabang Pasangkayu 91571 memiliki daya tanggap dalam melayani pelanggan. Pernyataan ini, pada dimensi responsiveness adalah pernyataan yang berkaitan dengan ketanggapan karyawan dalam melayani pelanggan. Menyangkut tentang kesiapan karyawan ini, sangat erat kaitannya dengan kesadaran memberikan pelayanan kepada pelanggan, dalam hal ini kesadaran memberikan pelayanan harus menjadi sikap dan perilaku bagi seluruh karyawan dalam melaksanakan pelayanan khususnya pelayanan pos, karena kesadaran pada dasarnya datang dari pribadi, dengan adanya kesadaran maka diharapkan membawa dampak pada peningkatan kualitas pelayanan yang membutuhkan daya tanggap tinggi dari karyawan Kantor Pos.

Kesadaran memberikan pelayanan menunjukkan seberapa besar antusias dan tanggung jawab penyedia layanan dalam melaksanakan pelayanan. Sikap tersebut dapat dinilai dari seberapa tanggap karyawan dalam membantu / melayani pelanggan yang merasa kesulitan ketika akan mendapatkan pelayanan pembukaan rekening, sehingga daya tanggap sangatlah penting dimiliki. Oleh karena itu, Kantor Pos dituntut untuk selalu memberikan responsifitas yang berkualitas agar pelanggan pos tetap setia menggunakan jasa pelayanan pos.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Kantor Pos Cabang Pasangkayu 91571, daya tanggap yang dimiliki karyawannya dapat dikatakan sudah baik sesuai dengan standar layanan yang berlaku di PT.Pos Indonesia. Daya tanggap karyawan Kantor Pos memang seharusnya berkualitas dalam hal melayani nasabah guna menunjang pendapatan PT.Pos Indonesia (Persero) sebagai salah satu BUMN di Indonesia. Pendapat mengenai telah optimalnya daya tanggap karyawan tersebut diperkuat dengan pendapat yang diungkapkan oleh beberapa informan lainnya.

Dari pendapat diatas, dengan didukung data penelitian dan melihat daya tanggap karyawan Kantor Pos Cabang Pasangkayu 91571 terhadap harapan, keinginan dan kebutuhan pelanggan pos telah optimal. Pendapat tersebut dinilai berdasarkan pendapat (F. dan G. C. Tjiptono, 2005) yang mengatakan bahwa : “Apabila pelayanan jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk”. Berdasarkan pendapat tersebut penulis berasumsi bahwa Kantor Pos Cabang Pasangkayu 91571 sudah memenuhi kualitas jasa pelayanan yang memuaskan, namun daya tanggap yang optimal dalam penerapannya tentunya harus terus ditingkatkan.

#### **Jaminan (Assurance)**

Setiap bentuk pelayanan memerlukan adanya kepastian atas pelayanan yang diberikan. Bentuk kepastian dari suatu pelayanan sangat ditentukan oleh jaminan dari karyawan yang memberikan pelayanan, sehingga orang yang menerima pelayanan merasa puas dan yakin bahwa segala bentuk urusan pelayanan yang dilakukan akan tuntas dan selesai sesuai dengan kecepatan, ketepatan, kemudahan, kelancaran dan kualitas layanan yang diberikan. Inti dari bentuk-bentuk pelayanan yang meyakinkan pada dasarnya bertumpu pada kepuasan pelayanan yang ditunjukkan oleh setiap karyawan, komitmen organisasi yang menunjukkan pemberian pelayanan yang baik dan perilaku dari karyawan yang memberikan pelayanan sehingga dampak yang ditimbulkan dari setiap aktifitas pelayanan tersebut diyakini oleh pelanggan yang menerima pelayanan akan dilayani dengan baik sesuai dengan bentuk-bentuk layanan yang diyakini sesuai dengan kepastian pelayanan.

Dimensi assurance adalah kemampuan untuk menyelenggarakan pelayanan secara handal dan akurat. Hal ini merujuk konsistensi penyelenggara pelayanan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan. Kepastian dalam pelayanan merupakan sebuah keharusan sebab pada sisi inilah akan dibina rasa kepercayaan antara pengguna layanan dan organisasi penyedia layanan. Menurut (Parasuraman, 2000) Assurance atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staff.

Kantor Pos Cabang Pasangkayu 91571 sebagai pemberi layanan tentunya juga harus memberikan jaminan kepada pelanggan / pengguna jasa pos yang menggunakan jasa pelayanan di Kantor Pos tersebut sehingga peningkatan kualitas layanan yang diberikan akan semakin optimal. Dimensi ini sangat berpengaruh terhadap kualitas layanan yang ada dikarenakan jaminan atau waktu tempuh kiriman pos dari pihak Kantor Pos dapat menumbuhkan kepercayaan pengguna jasa atas ketepatan waktu penyerahan kiriman pos yang dimana jasa layanan tersebut mereka gunakan.

Tepat janji waktu penyelesaian layanan pos pada dimensi assurance adalah pernyataan yang berkaitan dengan pihak Kantor Pos Pasangkayu 91571 dalam memberikan pelayanan jasa pos. Dalam mengukur standar pelayanan publik waktu termasuk salah satu komponen penting. Waktu pelayanan adalah jangka waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan seluruh proses pelayanan dari setiap jenis pelayanan. Kemudian waktu yang diperlukan dalam setiap proses pelayanan (dari tahap awal sampai akhir) dijumlahkan untuk mengetahui keseluruhan waktu yang dibutuhkan. Proses identifikasi waktu pelayanan ini dilakukan untuk setiap jenis pelayanan.

Dari landasan tersebut tentu aspek jangka waktu pelayanan merupakan salah satu yang perlu diperhatikan dalam membangun kualitas pelayanan, baik itu di tingkat instansi pemerintah atau BUMN selama organisasi tersebut memberikan pelayanan publik. Kantor Pos Cabang Pasangkayu 91571 merupakan salah satu bagian dari Kantor Pos Pemeriksa Mamuju 91500 yang memiliki 16 Kantor Cabang yang tersebar di wilayah Sulawesi Barat, dengan wilayah yang relatif luas tentu memiliki tugas pelayanan yang cukup intens terutama tugas pelayanan jasa pos kepada masyarakat sampai ke daerah pelosok / terpencil.

Dalam penyelesaian tugas penyerahan kiriman pos Kantor Pos sudah mengupayakan secara maksimal untuk tepat janji dalam hal pengantaran kiriman pos sehingga menumbuhkan rasa kepercayaan pelanggan selaku pengguna jasa pos mengingat saat ini persaingan antara perusahaan jasa titipan sudah semakin ketat, namun disini lain penulis juga menemukan beberapa kendala yang dapat menghambat waktu penyelesaian pelayanan pos seperti alamat yang tidak lengkap berhubung dalam wilayah kerja Kantor Pos Cabang Pasangkayu 91571 yang meliputi keseluruhan dari Wilayah Kabupaten Pasangkayu masih terkendala dengan belum adanya penomoran rumah

penduduk dari pemerintah setempat. Pendapat tersebut sesuai hasil wawancara dengan Kepala Kantor Pos Cabang Pasangkayu 91571.

Menurut (Cudjoe et al., 2015) kepuasan pelanggan dapat diukur dari bagaimana suatu perusahaan memnuhi harapan pelanggannya.

Menurut (Suryani, 2013) Kualitas pelayanan dapat terwujud apabila pemberi layanan dapat memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kantor Pos Cabang Pasangkayu 91571 berdasarkan hasil penelitian sudah memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan namun masih ada beberapa kendala sehingga waktu yang dijanjikan terkadang tidak dapat tepenuhi secara akurat. Padahal aspek ini cukup berpengaruh terhadap kualitas pelayanan karena apabila aspek ini tidak terpenuhi maka akan mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap pemberi layanan.

### **Empati (Empathy)**

Dimensi Empathy adalah kepedulian dan perhatian terhadap pengguna layanan secara individu yang diberikan oleh pihak penyelenggara layanan. Setiap kegiatan / aktifitas pelayanan memerlukan adanya pemahaman dan pengertian dalam kebersamaan, asumsi atau kepentingan terhadap suatu hal yang berkaitan dengan pelayanan. Pelayanan akan berjalan dengan lancar dan berkualitas apabila setiap pihak yang berkepentingan memiliki adanya rasa empati (empathy) dalam menyelesaikan atau mengurus dan memiliki komitmen yang sama terhadap pelayanan. Pihak yang memberikan pelayanan harus memiliki rasa empati dalam memahami masalah dari pihak yang ingin dilayani, pihak yang dilayani seyogyanya juga memahami keterbatasan dan kemampuan orang yang melayani sehingga timbul keterpaduan antara pihak yang melayani dan dilayani memiliki perasaan yang sama. Artinya setiap bentuk pelayanan yang diberikan kepada orang yang dilayani diperlukan adanya empati terhadap berbagai masalah yang dihadapi orang yang membutuhkan pelayanan. Pihak yang menginginkan pelayanan membutuhkan adanya rasa kepedulian atas segala bentuk pengurusan pelayanan dengan merasakan dan memahami kebutuhan tuntutan pelayanan yang cepat, mengerti berbagai bentuk perubahan pelayanan yang menyebabkan adanya keluhan kesah dari bentuk pelayanan, sehingga pelayanan tersebut berjalan sesuai dengan aktifitas yang diinginkan.

Menurut (Parasuraman, 2000) Empathy yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat

individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen di mana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Dengan adanya perhatian khusus dan komunikasi yang baik dari karyawan atas pelanggannya akan melahirkan pelayanan yang berkualitas, karena pengguna layanan akan merasa diperhatikan oleh pemberi pelayanan yaitu apa yang dibutuhkan dan dikeluhkannya ditanggapi secara baik oleh pihak pelayanan.

Berperilaku adil dalam memberikan pelayanan kepada seluruh lapisan masyarakat tanpa membedakan status sosial suku dan agamanya tertuang dalam Pancasila sebagai pilar bangsa pada sila kedua dan kelima yang berbunyi : “Kemanusiaan yang adil dan beradab” dan “Keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia”, kemudian diteruskan lebih jelas pada Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2014 tentang Pedoman Standar Pelayanan Bab II Poin B mengingat Pos Indonesia merupakan salah satu BUMN yang juga berpedoman pada perundangan tersebut, tertulis bahwa prinsip penyelenggara pelayanan harus berprinsip keadilan, Standar Pelayanan harus menjamin bahwa pelayanan yang diberikan dapat menjangkau semua masyarakat yang berbeda status ekonomi, jarak lokasi geografis. Aturan tersebut menjadi landasan organisasi-organisasi publik dan BUMN agar memperlakukan masyarakat secara sama, organisasi publik harus bersifat netral dan tidak memihak.

Mengenai pelayanan pos yang diberikan oleh Kantor Pos Cabang Pasangkayu 91571 adalah sama merata tanpa memandang golongan dan status. Hal ini disebabkan oleh adanya profesionalisme para karyawan dalam melaksanakan tugas serta perannya sesuai dengan tugas yang diemban. Dengan sikap seperti ini akan mempertahankan citra Kantor Pos yang selalu melayani dengan prima, sehingga pengguna jasa pos merasa nyaman dan dihargai dalam proses pelayanan pos. Setiap pelayanan yang diberikan oleh Kantor Pos Cabang Pasangkayu 91571 dalam pelayanan pos sudah mengedepankan pelayanan yang adil, kesadaran setiap penyelenggara pelayanan untuk merubah asumsi negatif yang selama ini ada pada masyarakat sudah diwujudkan agar pandangan tersebut tidak lagi diperuntukkan untuk Kantor

Pos, dengan cara memberikan pelayanan yang tentunya mengedepankan pelanggan sesuai dengan aturan dan tata cara yang telah ditetapkan. Kantor Pos Cabang Pasangkayu 91571 berdasarkan penelitian sudah mengoptimalkan hal tersebut dimana dalam pemberian pelayanan pos kepada masyarakat telah dilaksanakan sesuai prosedur yang ada tanpa membedakan antara pelanggan yang satu dengan yang lainnya dalam menerima pelayanan pos. (Irfan, 2002) berpendapat bahwa “setiap jenis, produk, proses dan mutu pelayanan yang disediakan harus tersedia, dapat diakses, diberikan secara adil dan merata kepada segenap anggota masyarakat tanpa terkecuali”.

Menurut Hawkins dalam (F. Tjiptono, 2004) indikator kepuasan pelanggan terdiri dari kesesuaian, harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan .

### **Bukti Fisik (Tangible)**

Dimensi tangible yaitu fasilitas fisik, perlengkapan dan penampilan petugas pelayanan. Hal ini berkaitan dengan hal-hal yang terlihat dalam pelayanan seperti fasilitas ruang tunggu, sarana dan prasarana, serta kemudahan informasi yang bisa didapatkan masyarakat dari fasilitas yang ada. Tentunya semakin baik fasilitas fisik tersebut dan dapat diandalkan menurut persepsi pengguna jasa maka akan mempengaruhi penilaian terhadap kualitas pelayanan.

Dalam hal ini, Menurut (Parasuraman, 2000) : “Konsumen akan mempunyai persepsi bahwa suatu perusahaan mempunyai kualitas pelayanan yang baik bila memiliki sarana fasilitas fisik perkantoran, perlengkapan, ruang tunggu dan lain-lain serta penampilan (kerapian) personil secara fisik dan sesuai dengan aturan yang berlaku. Suatu pelayanan yang berkualitas dapat dinilai dan dilihat oleh pelanggan atau pengguna jasa, oleh karena itu aspek tangible menjadi penting sebagai suatu ukuran terhadap pelayanan karena pengguna layanan akan menggunakan indra penglihatan untuk menilai suatu kualitas pelayanan.

Dimensi tangible / fasilitas fisik berkaitan dengan kualitas tempat menunggu pengguna layanan di Kantor Pos Cabang Pasangkayu 91571 yang difungsikan untuk kenyamanan pelanggan yang akan menerima pelayanan. Ruang pelayanan yang nyaman dapat meningkatkan produktifitas kerja dan perasaan betah bagi pelanggan yang menunggu antrian. Untuk itu ruang tunggu pelayanan hendaknya dibuat agar nyaman dan tidak membosankan.

Menurut (Parasuraman, 2000) Tangibles atau meliputi fasilitas fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal. Bukti fisik (gedung, gudang, dan lainnya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan), serta penampilan pegawainya.

Menurut (Tandjung, 2004) “Prasarana yang berkaitan dengan penerima layanan juga harus diperhatikan oleh pemberi layanan. Gedung yang megah dengan fasilitas pendingin (AC), alat telekomunikasi yang canggih atau perabot kantor yang berkualitas dan lain-lain menjadi pertimbangan (penilaian) penerima layanan dalam mendapatkan suatu jasa.” Berdasarkan pendapat tersebut sarana dan prasarana yang memadai dapat memberikan nilai yang positif terhadap pemberi layanan dimana dengan optimalnya fasilitas yang ada akan berimplikasi terhadap rasa nyaman pada masyarakat serta akan menunjang kinerja karyawan.

Di Kantor Pos Cabang Pasangkayu 91571 ruang tunggu merupakan ruang awal yang dijumpai pengguna jasa, sehingga pengguna jasa dapat memberikan penilaian yang positif dan menimbulkan rasa nyaman ketika menunggu sehingga perlu memiliki fasilitas yang memadai. Sejalan dengan hal diatas ruang tunggu yang ada di Kantor Pos Cabang Pasangkayu 91571 berdasarkan hasil penelitian belum memadai. Kantor Pos Cabang Pasangkayu 91571 yang merupakan bagian dari unit layanan Pos Indonesia tentunya juga harus menerapkan standar layanan yang telah ditentukan sehingga berimplikasi terhadap kepuasan pelanggan atau pengguna jasa pos.

Kenyamanan ruang tunggu sangatlah penting mengingat badan usaha dengan badan usaha lainnya saling bersaing dalam memberikan pelayanan awal, ruang tunggu biasanya adalah pelayanan awal dalam memberikan pelayanan publik sehingga seyogyanya dapat memberikan rasa nyaman sesuai dengan ekspektasi pengguna layanan dengan terpenuhinya harapan masyarakat akan menambah poin positif dari kualitas pelayanan.

Berdasarkan hasil wawancara, harapan masyarakat untuk mendapatkan pelayanan ruang tunggu yang layak belum terwujud diakrenakan ruang tunggu yang ada belum memadai atau jauh dari standar pelayanan jika dibandingkan dengan kantor-kantor lain yang juga memberikan pelayan. Fasilitas ruang tunggu yang sangat nyaman menjadi poin tambahan dalam terwujudnya kualitas pelayanan sehingga memberikan

pandangan positif kepada pelanggan pada saat menunggu dan sebaliknya ruang tunggu yang tidak layak akan memberikan pandangan negatif oleh pelanggan. Untuk itu, pentingnya perancangan ruang tunggu pelayanan, ditujukan untuk menyesuaikan pelayanan dengan standar pelayanan yang seharusnya, sehingga dapat menyediakan pelayanan yang berkualitas terutama dalam hal pelayanan pos untuk masyarakat dan sekaligus memberikan rasa nyaman pada saat mendapatkan pelayanan.

Dalam memberikan pelayanan khususnya pelayanan jasa pos, penampilan personil yang rapih akan menimbulkan kesan baik kepada masyarakat sehingga akan menimbulkan penilaian terhadap pemberi pelayanan. Dari hasil pengamatan penulis kerapihan seluruh karyawan sudah terwujud sesuai dengan standar kualitas pelayanan di Kantor Pos Cabang Pasangkayu 91571, dikarenakan kerapihan keryawan merupakan salah satu aspek yang cukup mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Untuk itu, disiplin serta ketegasan dalam memahami pentingnya kerapihan dalam melayani pelanggan perlu terus didorong sehingga pelanggan akan beranggapan bahwa mereka merasa dihargai sama seperti pelanggan lainnya.

Menurut (H. A. S. Moenir, 2006) bahwa : “kesadaran para pejabat dan petugas yang berkecimpung dalam pelayanan publik dapat mendukung berjalannya suatu pelayanan yang baik”. Kesadaran akan pentingnya pelayanan yang berkualitas ternyata bisa dicerai dengan hal-hal yang kecil seperti kerapihan misalnya, kerapihan yang kurang baik akan menimbulkan asumsi masyarakat bahwa mereka tidak dilayani seperti masyarakat menengah keatas.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dipaparkan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Kualitas Pelayanan dalam memberikan pelayanan pos di Kantor Pos Cabang Pasangkayu 91571 belum terlaksana secara maksimal dikarenakan belum memenuhi kepuasan pelanggan dalam pemberian pelayanan pos. Hal ini dibuktikan dengan 5 Indikator yang dijadikan tolak ukur dalam penelitian, ada satu fokus kajian yang tidak terpenuhi yaitu indikator fisik (tangible) dimana masih belum memadainya ruang tunggu layanan yang relatif sempit dan kursi ruang tunggu yang masih sangat kurang dari segi kuantitas yang

berdampak pada kurangnya rasa nyaman pelanggan / pengguna jasa pos. Adapun empat indikator lainnya yaitu Keandalan (reliability), Daya Tanggap (responsiveness), Empati (empathy) dan Jaminan (assurance) sudah menunjang kualitas pelayanan dengan maksimal di Kantor Pos Cabang Pasangkayu 91571.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adya, A. B. (2003). *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT. Alex Media Komputin.
- Atmawati, R. (2010). Wahyuddin. 2007." Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departement Store Di Solo Grand Mall". *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*. Hal, 1–12.
- Crosby, L. A. (2002). Exploding some myths about customer relationship management. *Managing Service Quality: An International Journal*.
- Cudjoe, A. G., Anim, P. A., & Nyanyofio, J. (2015). Service quality and customer satisfaction in the Ghanaian banking industry (A case of Ghana commercial bank). *European Journal of Business and Management*, 7(3), 123–140.
- Gaspersz, V. (2008). *Total Quality Control*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Has, M. (1998). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Cetakan III, Bumi Aksara, Jakarta.
- Hutasoit, C. S. (2011). *Pelayanan Publik Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Magna Script Publishing.
- Irfan, I. M. (2002). *Menggapai Pelayanan yang Bermutu*. Ilmu Administrasi: FIA-UB.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*, Jilid 2 terj. Hendra Teguh Dkk. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P., Armstrong, G., Ang, S. H., Leong, S. M., Tan, C. T., & Yau, O. (2009). *Principles of marketing: A global perspective*. Prentice-Hall.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen pemasaran jasa: teori dan praktik*. Jakarta: Salemba Empat, 101.
- Moenir, A. S. (2010). *Manajemen pelayanan umum di Indonesia*. Bumi Aksara.
- Moenir, H. A. S. (2006). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia Cetakan Ketujuh*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Parasuraman. (2000). *Delivering Quality Service*. New York : The Free Press. *Journal of Retailing*.
- Parasuraman, Ananthanarayanan, Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perc. *Journal of Retailing*, 64(1), 12.
- Parasuraman, Anantharathan, Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41–50.
- Pasolong, H. (2007). *Teori administrasi publik*. Bandung: Alfabeta.
- Peraturan Menteri PANRB Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2017 Tentang Pedoman Penilaian Kinerja Unit Penyelenggara Pelayanan Publik*. (2017).
- Sugiyono, S. (2010). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D*. ALFABETA Bandung.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet: Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. GRAHA ILMU.
- Tandjung, J. W. (2004). *Marketing Management: Pendekatan pada Nilai-Nilai Pelanggan*. (S. Wahyudi (Ed.)). Malang : Bayumedia Publishing.
- Thoha, M. (1995). *Kepemimpinan dalam Manajemen*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 127.
- Tjiptono, F. (2004). *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Andi.
- Tjiptono, F., & Anastasia, D. (1995). *Total Quality Management*, PT. Andipratita Trikarsa Mulia, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. dan G. C. (2005). *Service Quality Satisfaction*. Andi.
- Undang-Undang No.25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, Pasal 14*. (2009).
- Undang-Undang No.25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik*. (2009).
- Usmara, A. (2003). *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Amara Books.
- Yanti, M. R., & SD, Z. R. (2015). *Kualitas Pelayanan Publik pada PT. Jasa Raharja (Persero) Kota Pekanbaru*. Riau University.