

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN

PT. POS INDONESIA (PERSERO) KOTA PADANG

Tugas Akhir

*Diajukan Kepada Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi
Manajemen Perdagangan (DIII) Sebagai Salah Satu Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya*



Oleh :

FUAD MUKHLIS ABDILLAH

15134025/2015

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERDAGANGAN DIII

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2019

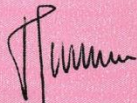
PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN
PT. POS INDONESIA (PERSERO) KOTA PADANG**

Nama : Fuad Mukhlis Abdillah
NIM/TM : 15134025/2015
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)
Fakultas : Ekonomi

Padang, Februari 2019

Diketahui Oleh,
Koordinator Program Diploma III
Manajemen Perdagangan



Firman, SE, M.Sc
NIP.19800206 200312 1 004

Disetujui Oleh,
Pembimbing Tugas Akhir



Rahmiati, SE, M.Sc
NIP. 19740825 199802 2 001

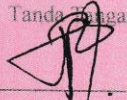
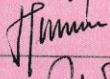
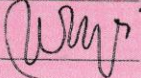
PENGESAHAN TUGAS AKHIR

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN
PT. POS INDONESIA (PERSERO) KOTA PADANG**

Nama : Fuad Mukhlis Abdillah
NIM/TM : 15134025/2015
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)
Fakultas : Ekonomi

Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Manajemen Perdagangan (DIII) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Padang, Februari 2019

Nama	Tim penguji	Tanda Tangan
Rahmiati, SE, M.Sc	(Ketua)	
Firman, SE, M.Sc	(Anggota)	
Whyosi Septrizola, SE, MM	(Anggota)	

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fuad Mukhlis Abdillah
Thn. Masuk/NIM : 2015/15134025
Tempat/Tgl. Lahir : Batam/ 03 April 1997
Program Studi : Diploma III
Keahlian : Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Jl. Parupu raya No. S 25 Kec. Koto Tengah
Judul Tugas Akhir : Analisi Kualitas Pelayanan PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Padang

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas Akhir ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh pembimbing, tim penguji, dan ketua program studi.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dnegan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena Tugas Akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai aturan berlaku.

Padang, Februari 2019



Fuad Mukhlis Abdillah
NIM. 15134025

ABSTRAK

**Fuad Mukhlis Abdillah : Analisis Kualitas Pelayanan PT. Pos Indonesia
(Persero) Kota Padang**

Pembimbing : Rahmiati, SE, M.Sc

Tujuan penelitian tugas akhir ini adalah untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan PT. Pos Indonesia (persero) Kota Padang berdasarkan lima dimensi, yaitu: *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, dan *Tangible*. Jenis penelitian yang dilakukan penelitian deskriptif. Data yang digunakan dalam penelitian ini data primer dan sekunder.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa frekuensi rata-rata analisis kualitas pelayanan PT. Pos Indonesia Kota Padang berdasarkan indikator adalah 1) Keandalan (*Reliability*) 68,75%, 2) Daya tanggap (*Responsiveness*) 69,70%, 3) Jaminan (*Assurance*) 72,60%, 4) Memahami pelanggan (*Empathy*) 69,80%, 5) Bentuk fisik (*Tangible*) 72,60%. Dari kelima indikator yang digunakan nilai tingkat capaian responden (TCR) terendah adalah keandalan (*Reliability*) yaitu 68,75%.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan.

KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat, ridho dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir yang berjudul **“Analisis Kualitas Pelayanan PT. Pos Indonesia (Psrsero) Kota Padang”**. Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar Ahli Madya pada Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Dalam penulisan tugas akhir ini penulis tidak terlepas dari hambatan dan rintangan. Meskipun demikian, atas bimbingan, bantuan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak maka penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Rahmiati, SE, M.Sc selaku dosen pembimbing Tugas Akhir dan yang telah memberikan ilmu, pengarahan, perhatian, masukan serta waktu kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Bapak Firman SE, M.Sc sebagai Ketua Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan, dan staf Tata Usaha Program Studi Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan bantuan administrasi dan membantu kebutuhan dalam penelitian dan penulisan tugas akhir ini.
3. Bapak dan ibu Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, khususnya Program Studi Diploma III, serta karyawan yang telah membantu penulis selama menuntut ilmu di kampus ini.
4. Staf administrasi Program Studi Diploma III yang telah banyak memberikan bantuan bagi penulis dalam mengurus berbagai keperluan administrasi.

5. Bapak dan ibu staf perpustakaan pusat Universitas Negeri Padang dan ruang baca Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan penulis banyak kemudahan dalam memperoleh bahan bacaan.
6. Karyawan dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan banyak bantuan selama penulis kuliah di Universitas Negeri Padang.
7. Papa dan mama tercinta (Bapak Mangasi siahaan dan Ibu lismarniati), abang dan kakak (Fredly Siahaan. Spd, Nina Desiani Spd) yang senantiasa memberikan motivasi, semangat dan bantuan secara moril dan materil untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
8. Teman-teman Prodi Diploma III angkatan 2015 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang sama-sama berjuang dan memberikan banyak motivasi, saran, serta dukungan yang sangat berguna bagi penulis.

Semoga Allah SWT memberikan imbalan yang setimpal untuk segala bantuan yang telah diberikan kepada peneliti berupa pahala dan kemuliaan di sisi-Nya. Peneliti sangat menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini jauh dari kesempurnaan. Oleh sebab itu, dengan segala kerendahan hati peneliti mengharapkan saran dan kritikan yang bersifat membangun demi perbaikan untuk penulisan di masa yang akan datang. Penulis sangat berharap Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi kemajuan dan perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang kualitas pelayanan. Akhir kata peneliti ucapkan terima kasih.

Padang, Februari 2019

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Jasa.....	8
1. Pengertian Jasa	8
2. Pengertian Kualitas Jasa	8
3. Karakteristik Jasa	9
4. Klasifikasi Jasa	10
B. Kualitas Jasa atau Pelayanan (<i>Service</i>)	12
1. Pengertian Pelayanan.....	12
2. Dimensi Kualitas Pelayanan	16
3. Langkah-Langkah Meningkatkan Kualitas Pelayanan	20
4. Kesenjangan Kualitas Pelayanan	23
C. Kepuasan	25
1. Pengertian Kepuasan	25

BAB III PENDEKATAN PENELITIAN

A. Bentuk Penelitian Tugas Akhir.....	28
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	28
C. Populasi dan Sampel.....	29
D. Rancangan Penelitian	31
1. Jenis Penelitian	31
2. Tahapan Penelitian	31
3. Objek Penelitian	32
4. Sumber Data	32
5. Definisi Operasional	33
6. Instrument Pengambilan Data	35
7. Teknik Analisis	36

BAB IV PEMBAHASAN

A. Profil perusahaan	38
B. Hasil Penelitian	47
C. Pembahasan	55

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	60
B. Saran	61

KEPUSTAKAAN.....	62
-------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	63
----------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel

1. Data Statistik Pengunjung Kantor PT Pos Indonesia Kota Padang Tahun 2014 – 2018	3
2. Daftar Skala Jawaban Pertanyaan	35
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
6. Ditribusi Frekuensi Keandalan (<i>Reliability</i>)	49
7. Ditribusi Frekuensi Sikap Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	50
8. Ditribusi Frekuensi Jaminan Kepastian (<i>Assurance</i>).....	52
9. Ditribusi Frekuensi Memahami Kebutuhan Pelanggan (<i>Empathy</i>).....	53
10. Ditribusi Frekuensi Bentuk Fisik (<i>Tangible</i>).....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar	
1. <i>Struktur Organisasi PT Pos Indonesia Kota Padang</i>	46

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan pesat bidang teknologi menciptakan kebutuhan yang semakin kompleks. Kebutuhan manusia tidak hanya terbatas pada kebutuhan barang tetapi juga kebutuhan jasa. Menurut Kotler dan Keller (2009:36) Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produk jasa mungkin atau tidak mungkin berkaitan dengan fisik. Adapun pada produk jasa yang merupakan output yang diberikan konsumen yaitu berupa pelayanan, sehingga baik dan buruknya pelayanan yang diberikan akan berpengaruh terhadap kepuasan yang diciptakan konsumen.

Salah satu perusahaan yang berorientasi di sektor jasa adalah PT. Pos Indonesia, merupakan sebuah usaha milik negara (BUMN) yang bergerak dibidang layanan PT. Pos Indonesia merupakan Perseroan Terbatas. PT. Pos Indonesia semakin gencar dalam melakukan strategi pemasaran untuk bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya. Hal dilakukan agar dapat bersaing dan bertahan di tengah masyarakat dan tetap menjadi pilihan bagi masyarakat.

Dengan seiringnya waktu mulai bermunculan perusahaan ekspedisi yang bergerak dibidang yang sama dengan PT. Pos Indonesia dan menawarkan berbagai macam jenis bentuk jasa. Misalnya JNE, TIKI, J&T, dan lain-lain, hal

ini berdampak terhadap konsumen yang awalnya menggunakan PT. Pos sebagai jasa pengiriman paket berpindah kepada perusahaan yang lain dikarenakan perusahaan yang bergerak di bidang yang sama, menawarkan kualitas pelayanan yang berbeda.

Sebelum adanya perusahaan yang menyediakan jasa yang sama PT. Pos Indonesia menjadi idola karena di Indonesia saat itu hanya ada satu perusahaan dibidang ekspedisi atau pengiriman barang. Oleh karena itu, masyarakat tidak punya pilihan lain, bagaimanapun pelayanan yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia baik atau buruknya masyarakat tetap menjadi pelanggan PT. Pos Indonesia. Namun sekarang banyaknya perusahaan baru di bidang ekspedisi atau pengiriman barang yang siap bersaing dengan PT. Pos Indonesia yang memberikan layanan yang terbaik, maka kantor PT. Pos Indonesia harus meningkatkan kualitas pelayanannya, agar konsumen tidak beralih ke perusahaan lain.

Meningkatkan kualitas merupakan salah satu hal yang penting bagi perusahaan jasa. Kotler dan Keller (2009:163) menyatakan bahwa “Kualitas ada totalitas fitur dan karakteristik produk dan jasa berdasarkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat”. Buruknya kualitas jasa yang diberikan penyedia jasa kepada pelanggan telah disadari mengakibatkan banyaknya kerugian yang dialami oleh perusahaan. Mereka yang kecewa tidak hanya meninggalkan perusahaan, tetapi juga akan menceritakan keburukan jasa yang diterima kepada orang lain.

Tabel 1. Data Statistik Pengunjung Kantor PT. Pos Indonesia**Kota Padang Tahun 2014 – 2018**

Tahun	Pengunjung	Satuan
2014	644.138	Orang
2015	640.425	Orang
2016	633.800	Orang
2017	631.211	Orang
2018	628.951	Orang

Sumber Data :dari PT Pos Indonesia Kota Padang Tahun 2019

Penilaian terhadap kualitas pelayanan dapat diukur melalui dimensi kualitas pelayanan. Hal ini sesuai dengan pendapat Parasuraman dalam Fandy (2011) yang menyatakan bahwa ada lima atribut kualitas jasa yang digunakan oleh pelanggan dalam menilai kualitas pelayanan dalam industri jasa. Pertama (*Reliability*) yaitu sejauh mana penyedia jasa mampu memberikan apa yang telah dijanjikan secara akurat, terpercaya dan dapat diandalkan kepada konsumen. Perusahaan PT. Pos Indonesia dituntut memberikan pelayanan yang sesuai dengan apa yang telah mereka janjikan ke pelanggan. Berdasarkan pengamatan, *reliability* layanan oleh PT. Pos Indonesia belum optimal seperti seringkali terjadi kesalahan teknis oleh karyawan pos atau gangguan jaringan yang membuat pelanggan menjadi kecewa sehingga beralih ke perusahaan jasa ekspedisi yang lainnya.

Kedua, ketanggapan (*Responsiveness*) yaitu menekankan kepada sikap penyedia jasa yang penuh perhatian, cepat, dan tepat dalam menghadapi permintaan, pertanyaan, dan masalah konsumen. Sehubungan dengan hal ini daya tanggap (*Responsiveness*) pada PT. Pos Indonesia masih belum optimal.

Hal ini dapat dilihat ketika pelanggan yang masuk ke dalam kantor PT. Pos Indonesia, pelanggan tersebut yang harus berusaha sendiri bertanya kepada karyawan apa yang diinginkan oleh pelanggan, tidak adanya usaha dari karyawan PT. Pos Indonesia untuk bertanya kepada pelanggan tersebut dan kurang tanggap atau gesitnya karyawan melayani pelanggan, sehingga pelanggan bosan untuk menunggu dan lamanya barang sampai atau tidak sesuai dengan targetnya, membuat pelanggan kecewa dan beralih ke perusahaan lain.

Ketiga, jaminan (*Assurance*) yaitu pengetahuan dan keramahan serta kemampuan karyawan dalam melaksanakan tugas dengan baik sehingga menimbulkan keyakinan dan kepercayaan diri dari konsumen. Dalam hal ini PT. Pos Indonesia mampu memberikan pelayanan yang kurang baik, contohnya jika ada kesalahan alamat pengiriman barang, barang tersebut bisa dikembalikan lagi kepada pelanggan dengan keadaan utuh atau tidak ada kerusakan.

Keempat, empati (*Empathy*) yaitu kesediaan para karyawan untuk peduli serta bagaimana karyawan memberikan perhatian yang bersifat pribadi guna menumbuhkan rasa keakraban yang positif. Sehubungan dengan dimensi ini, karyawan PT. Pos Indonesia Kota Padang kurang cepat dalam menanggapi kemaun dari pengguna PT. Pos Indonesia Kota Padang.

Yang terakhir adalah dimensi berwujud (*Tangible*) yaitu penampilan fisik, fasilitas, petugas, serta materi komunikasi yang disajikan pihak perusahaan untuk melayani para pelanggannya. Berdasarkan pengamatan, PT.

Pos Indonesia kurang memperhatikan kenyamanan pelanggan seperti: desain interior dari Kantor PT. Pos Indonesia Kota Padang yg kurang menarik.

Agar PT. Pos Indonesia tidak ditinggalkan oleh konsumennya, perusahaan harus memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih optimal melalui peningkatan kualitas pelayanan karena kini semakin disadari bahwa pelayanan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Pelayanan yang baik dan berkualitas akan berdampak pada jumlah pelanggan jasa.

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa jumlah pelanggan yang datang ke Kantor PT. Pos Indonesia Kota Padang mengalami penurunan dari tahun 2014-2018. Hal ini juga berarti bahwa ada penurunan penggunaan jasa kantor PT. Pos Indonesia. Dapat dilihat pada tahun 2014 jumlah pelanggan PT. Pos Indonesia adalah 644.138 pelanggan, dan mengalami penurunan tahun berikutnya menjadi 640.425 pelanggan, dan terus turun hingga tahun 2018 menjadi 628.951 pelanggan. Jika kualitas pelayanan PT. Pos Indonesia tidak ditingkatkan maka ada kemungkinan pelanggan terus menalami penurunan.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan analisis dengan judul **“Analisis Kualitas Pelayanan Jasa PT. Pos Indonesia (PERSERO) Kota Padang”**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat di rumuskan masalah dalam tugas akhir ini sebagai berikut ”bagaimana pelayanan jasa pengiriman paket PT. Pos Indonesia Padang ?”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah pokok permasalahan, maka tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan jasa pengiriman paket PT. Pos Indonesia Padang ?

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi penulis, selain sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya Diploma III pada Fakultas Ekonomi Universitas Negri Padang, Bagi perusahaan, penelitian ini berguna sebagai bahan pertimbangan bagi PT. Pos Indonesia dalam menentukan kebijakan untuk meningkatkan pelayanan terbaik untuk konsumen pada masa yang akan datang.
2. Bagi peneliti selanjutnya, dapat memberikan tambahan referensi bagi masyarakat ilmiah yang berminat melakukan penelitian pada bidang yang sama khususnya mengenai masalah-masalah pelayanan jasa dimasa yang akan datang.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil dan pembahasan penulis dalam penelitian tentang analisis kualitas pelayanan PT. Pos Indonesia Kota Padang, maka dapat menarik kesimpulan bahwa dimensi Jaminan Kepastian (*Assurance*), merupakan rata-rata tertinggi dengan total capaian 72,60%, dimensi Bentuk Fisik (*Tangible*) dengan total capaian 72,12% responden, dimensi Memahami Pelanggan (*Empathy*) dengan total capaian 69,80% responden, dimensi Sikap Tanggap (*Responsiveness*) dengan total capaian 69,70% responden, dan dimensi Keandalan (*Reliability*) merupakan rata-rata paling terendah dengan total capaian 68,75% responden.

Hal ini dapat dilihat dari Keandalan dalam melayani (*Reliability*), Sikap Tanggap dan peduli (*Responsiveness*), Jaminan kepastian (*Assurance*), Memahami kebutuhan Pelanggan (*Empathy*), dan Keadaan Fisik / berwujud (*tangible*). Oleh karena itu, dengan pelayanan yang cukup dapat memberikan manfaat yang besar terhadap konsumen dan pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Walaupun kualitas pelayanan sudah termasuk dalam interval kriteria cukup, namun perlu ditingkatkan lagi untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal.

B. Saran

Berdasarkan penelitian dan pembahasan, direkomendasikan bagi PT.Pos Indonesia untuk meningkatkan sistem dan prosedur yang telah ditetapkan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. hasil penelitian dapat menjadi bahan pertimbangan bagi PT. Pos Indonesia dalam menentukan arah kebijakan yang berkaitan dengan pemberian pelayanan kepada para pelanggan yang berdasarkan kepada aspek atau dimensi yang mempengaruhi pelayanan. Dan memberikan perhatian yang serius atas kinerja para karyawan. Karena peran peran pelayanan sangat berpengaruh terhadap pelayanan dan kenyamanan para pelanggan yang datang. Terutama dalam keramahan dan pelayanan individu yang diberikan karyawan kepada para pelanggan agar mampu membuat para pelanggan betah dan nyaman sehingga PT Pos Indonesia Kota Padang mampu mempertahankan pelangganya.

DAFTAR PUSTAKA

- Fandy, Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2014. *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Raja Grafindo Persada.
- Fandy, Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Raja Grafindo Persada.
- Husein, Umar. 2011. *Metode penelitian untuk tugas akhir, skripsi dan tesis bisnis*. Jakarta : PT. Raja grafindo persada
- Kasmir.2005. *Etiks Customer Service*. Jakarta :Rajawali Pers
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Alih bahasa: Bob sabran, MM. Jakarta :Erlangga.
- Moenir. 2010. *manajemen pelayanan umum di Indonesia*. Jakarta : PT. Bumi Aksara
- Nazir, Moh. 2003. *metode penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Nursyabani, Purnama. 2006. *Manajemen kualitas jasa*. Jakarta: PT. Indeks
www.grandiokro.com
- Rambat, Lapiyoadi. 2013. *manajemen pemasaran jasa*. 2013. jakarta : Salemba Empat
- Sugiyono. 2012. *Metode penelitian administrasi metode R & D Bandung* : Alfabeta