

STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN PT. POS INDONESIA CABANG JEMBER PADA KONSUMEN

THE STRATEGY OF IMPROVING SERVICE QUALITY OF PT. POS INDONESIA CABANG JEMBER TO THE CUSTOMER

Dedy Pratama P, Drs. Djoko Widodo, M.M, Titin Kartini, S.Pd, M.Pd
Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Pendidikan IPS, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan,
Universitas Jember (UNEJ)

Abstrak: Penelitian yang digunakan merupakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penentuan lokasi penelitian menggunakan metode *purposive area* yaitu tempat penelitian ditentukan dengan sengaja sesuai dengan pertimbangan-pertimbangan dan tujuan penelitian. Subjek dalam penelitian ini manajer pemasaran dan manajer pelayanan yang ditunjuk langsung untuk memberikan informasi yang dibutuhkan untuk tujuan penelitian mengenai strategi peningkatan kualitas pelayanan PT. Pos Indonesia Cabang Jember pada konsumen. Informan dalam penelitian ini adalah kepala kantor pos dan konsumen sebagai kroscek. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini yaitu dengan metode wawancara, dokumen, dan observasi. Analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil analisa yang telah dilakukan menunjukkan bahwa PT. Pos Indonesia Cabang Jember melakukan strategi diversifikasi produk, perbaikan sumber daya manusia serta perbaikan sarana dan prasarana perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanannya pada konsumen. Keberadaan perusahaan swasta memberikan dampak berkurangnya konsumen jasa pos. Diversifikasi produk terwujud melalui adanya kemitraan dengan perusahaan-perusahaan lain yang memunculkan layanan tambahan jasa baru pada PT. Pos Indonesia Cabang Jember seperti pembayaran listrik, penukaran mata uang asing, pembayaran kredit, pajak, dan sebagainya. Perbaikan sikap karyawan diwujudkan melalui penerapan nilai budaya perusahaan yaitu budaya CINTA POS. Perbaikan sarana dan prasarana diwujudkan melalui adanya mesin antrian, layanan komputer gratis untuk website layanan pos yang berguna untuk mengetahui keberadaan barang yang dikirim.

Kata kunci: Strategi, Kualitas pelayanan, Konsumen

Abstract: *The Research which is used include the descriptive qualitative type of research. Deciding the location of the research used purposive area method, it means that the place decided on purpose by considerations and the purpose of the research. The subject of this research is marketing manager and service manager are appointed directly to provide information needed for research purposes on the strategy of improving service quality of PT. Pos Indonesia Cabang Jember to customer. The informant of this research is postmaster and the consumer as kroscek. Method that is used to collecting the data in this research is interview, observation, and document. Data analysis that is used is reduction data, display data, and conclusion. The result of analysis shows that PT. Pos Indonesia Cabang Jember do diversification the product strategy, improvement of human resources as well as repair facilities and infrastructure companies in improving the quality of service on the costumer. The existence of private companies had an impact in a reduction in consumers post service. Product diversification is manifest through a partnership with other companies that gave rise new services additional services at PT. Pos Indonesia branches of Jember as payment of electricity, money changer, credit, tax payments, etc. Repair the attitude of employees is realised through the application of cultural values companies are cultural CINTA POS. The improvement of facilities and infrastructure is realised through the machine of the queue , computer services to the website of free postal services are useful to know the existence of goods being shipped.*

Keywords: Strategy, Service Quality, Customer.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi dalam satu dekade ini berjalan dengan sangat cepat. Hal tersebut terjadi pada semua bidang termasuk pada bidang komunikasi. Perkembangan ini bisa dilihat dengan adanya handphone yang memudahkan masyarakat dalam berkomunikasi jarak jauh dengan saudara atau kegiatan lainnya seperti berkirim pesan singkat atau SMS (Short Message Service). Sebelum teknologi jauh berkembang seperti saat ini, masyarakat lebih banyak melakukan komunikasi melalui jasa pengiriman surat atau telegram dengan menggunakan jasa pengiriman yang ada saat itu yaitu PT. Pos Indonesia.

Munculnya perusahaan swasta yang bergerak dalam jasa pengiriman yang sama seperti JNE, Tiki, Pandu Logistik dan perusahaan swasta lainnya menjadi pesaing berat bagi PT. Pos Indonesia. Kemunculan perusahaan swasta tersebut memberi dampak dengan beralihnya masyarakat sebagai konsumen PT. Pos Indonesia kepada perusahaan baru. Penerapan kualitas jasa yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa adalah dengan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik bagi konsumen dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen sebagai pemakai jasa menentukan alternatif pilihan dalam menggunakan jasa pengiriman, dengan berusaha mencari kepuasan yang optimal. Menurut Tjiptono (2007:51) yang mengemukakan bahwa, "Kualitas pelayanan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen".

Penurunan kualitas jasa pos saat ini ditandai dengan ketidakpuasan konsumen seperti munculnya beberapa keluhan konsumen pengguna jasa pos. Jika hal tersebut tidak ditanggapi oleh pihak pos, maka untuk kedepannya sudah tidak ada lagi konsumen yang menggunakan jasa pos. Ketidakpuasan konsumen mengindikasikan bahwa PT. Pos Indonesia Cabang Jember saat ini telah mengalami ketertinggalan dalam proses pemberian pelayanan yang baik dan berkualitas sehingga menyebabkan banyak konsumen mulai beralih pada perusahaan swasta. Hal tersebut menyebabkan produk-produk layanan yang

ditawarkan pos menjadi tidak diminati untuk sebagian masyarakat.

Untuk mengatasi gejala-gejala yang ada seperti beralihnya masyarakat ke perusahaan jasa lain, PT. Pos Indonesia Cabang Jember mencari strategi untuk melihat celah yang belum dimiliki oleh pesaing bisnis lain sehingga mampu memberikan perubahan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang dimiliki PT. Pos Indonesia Cabang Jember saat ini. Menurut David (2004:15) yang mengemukakan bahwa : "Strategi adalah cara untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi bisnis bisa berupa perluasan geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, rasionalisasi karyawan, divestasi, likuidasi dan joint venture". Selanjutnya proses dalam perencanaan strategi tersebut disesuaikan dengan visi dan misi perusahaan agar tidak terjadi hal-hal yang merugikan perusahaan dikemudian hari.

Penyusunan strategi yang berhasil untuk PT. Pos Indonesia Cabang Jember, maka perlu dilakukan analisis yang meliputi faktor lingkungan eksternal dan lingkungan internal perusahaan. Analisis ini dilakukan untuk mencari inovasi-inovasi apa yang akan dan harus dilakukan oleh PT. Pos Indonesia Cabang Jember agar masyarakat tetap menggunakan jasa pos. Dalam segi eksternal, perusahaan mungkin bisa melakukan perubahan berupa bentuk jalinan kerjasama dengan perusahaan lain yang mungkin belum dilakukan oleh perusahaan swasta, lalu bisa melalui promosi, diskon atau hal lainnya.

Selanjutnya dalam segi lingkungan internal, perbaikan sikap karyawan kepada konsumen akan menunjang kualitas pelayanan yang baik untuk kedepannya serta menarik minat konsumen kembali untuk menggunakan jasa pos. Permasalahan di atas menunjukkan bahwa PT. Pos Indonesia Cabang Jember merasa resah dengan adanya perusahaan swasta. Hal ini menunjukkan apakah PT. Pos Indonesia Cabang Jember tetap mempertahankan jenis pelayanan yang ada disamping banyaknya bermunculan bisnis jasa baru dalam segi pengiriman pelayanan barang seperti Tiki, JNE, dan Pandu Logistik dan sebagainya.

Berdasarkan pemaparan di atas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi yang digunakan PT. Pos Indonesia Cabang Jember untuk meningkatkan kualitas pelayanannya pada konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang digunakan meliputi jenis penelitian yang berupa (1) penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, (2) penentuan lokasi penelitian menggunakan metode *purposive area* yaitu tempat penelitian ditentukan dengan sengaja sesuai dengan pertimbangan-pertimbangan dan tujuan penelitian. Lokasi penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu PT. Pos Indonesia Cabang Jember. (3) Subjek dalam penelitian ini adalah manajer pemasaran dan manajer pelayanan yang ditunjuk langsung untuk memberikan informasi yang dibutuhkan untuk tujuan penelitian mengenai strategi peningkatan kualitas pelayanan pada konsumen. Informan penelitian adalah kepala kantor pos dan dua konsumen sebagai kroscek. (4) Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah metode wawancara, yaitu berdialog secara mendalam (*indepth interview*) dengan manajer pemasaran, manajer pelayanan, kepala kantor pos dan konsumen. Kemudian observasi, dan dokumen untuk menghimpun data pendukung kegiatan penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan yaitu (1) reduksi data dengan menyeleksi data mentah tentang strategi peningkatan kualitas pelayanan PT. Pos Indonesia Cabang Jember pada konsumen yang telah didapatkan, (2) penyajian data yaitu dengan dikategorisasikan berdasarkan kategori yang telah ada baik berupa uraian bebas/deskripsi dan tabel, (3) dan penarikan kesimpulan tentang strategi peningkatan kualitas pelayanan PT. Pos Indonesia Cabang Jember pada konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

Beberapa hal yang berkaitan dengan hasil penelitian dan pembahasannya dijelaskan sebagai berikut.

A.HASIL

1. Strategi yang Dilakukan PT. Pos Indonesia Cabang Jember untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Strategi merupakan kebijakan dari proses evaluasi yang dilakukan perusahaan. Dengan melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, perusahaan akan mampu merumuskan suatu strategi yang tepat dalam meningkatkan kualitas pelayanannya pada konsumen. Strategi merupakan kebijakan dari proses evaluasi yang dilakukan perusahaan. Dengan melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, perusahaan akan mampu merumuskan suatu strategi yang tepat dalam meningkatkan kualitas pelayanannya pada konsumen. Hal ini sejalan dengan pendapat Jauch dan Glueck (2002:12), yang mengemukakan bahwa "Strategi merupakan rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengkaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan. Dan dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan". Strategi yang dilakukan oleh PT. Pos Indonesia Cabang Jember pada konsumen adalah sebagai berikut:

a) Strategi Pengembangan Produk Jasa

Strategi yang dilakukan oleh PT. Pos Indonesia Cabang Jember adalah strategi diversifikasi produk. Strategi yang digunakan tersebut lebih kepada memperkenalkan layanan jasa baru yang sebelumnya tidak dimiliki oleh perusahaan. Layanan jasa baru ini diwujudkan melalui adanya kemitraan atau kerjasama dengan perusahaan-perusahaan yaitu Bank, PLN, PDAM, Telkom, Western Union, PT. Prima Dollar, Kantor Pajak, dan sebagainya

b) Menjaga Komunikasi Yang Baik dengan Konsumen

Komunikasi disini merupakan suatu dialog yang berkesinambungan antara karyawan dan konsumen dalam proses pemberian layanan

jasa pos. Komunikasi ini berupa sikap karyawan saat memberikan layanan seperti tidak berkata keras dan kasar, menjelaskan produk layanan dengan ramah dan sopan. Komunikasi yang baik tersebut diperlukan agar tercipta hubungan yang baik antara karyawan dengan konsumen agar perlakuan yang baik, ramah, sopan dapat memberikan kepuasan pada konsumen. Komunikasi ini dilakukan dalam bentuk penerapan nilai budaya perusahaan CINTA POS.

c) Perbaikan Sarana dan Prasarana Pendukung

PT. Pos Indonesia Cabang Jember dalam usahanya meningkatkan kualitas pelayanan maka tidak lepas pula peran dari sarana dan prasarana yang dimiliki. Hal ini diwujudkan melalui perluasan lahan parkir bagi konsumen, musholla sebagai sarana tempat beribadah, dan toilet. Selanjutnya sarana pendukung diwujudkan dalam segi teknologi yaitu berupa mesin antrian yang akan memudahkan konsumen untuk tidak berbaris dan tidak memunculkan pertengkaran dengan konsumen lain. Selain itu layanan komputer gratis untuk website pos yang telah disediakan akan memberi kemudahan pada konsumen untuk melihat kirimannya apakah sudah sampai atau belum.

B. PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa:

a. Strategi Pengembangan Produk Jasa

Strategi diversifikasi produk merupakan yang diterapkan PT. Pos Indonesia Cabang Jember untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada konsumen. Strategi yang digunakan tersebut lebih kepada memperkenalkan layanan jasa baru yang sebelumnya tidak dimiliki oleh perusahaan. Menurut David (2004:231) menjelaskan bahwa "Strategi diversifikasi produk merupakan strategi dengan menambahkan produk atau jasa baru baik yang terkait dengan konsumen atau tidak terkait sama sekali". Berikut pernyataan dari manajer pemasaran dan kepala kantor terkait dengan strategi diversifikasi produk jasa baru yaitu:

"Dengan adanya era globalisasi saat ini, kita sudah menggunakan internet, selain itu kita sekarang juga sudah melakukan kerjasama dengan mitra finance sehingga kita sekarang

sudah melayani pembayaran kredit, listrik, PDAM, telepon kemudian juga pembayaran pajak kita gunakan semaksimal mungkin." (F, 49 th).

Kemitraan atau kerjasama ini dilakukan bahwa belum ada banyak perusahaan lain yang melakukan kerjasama dengan perusahaan-perusahaan lainnya. Hal ini terjadi tentunya dikarenakan PT. Pos Indonesia sudah memiliki nama yang dikenal oleh banyak perusahaan dan luasnya jangkauan memberikan keuntungan tersendiri sehingga memudahkan proses kerjasama dengan perusahaan lain. Salah satu keunggulan ini akan memberi keuntungan bagi kantor pos dalam melihat celah tersebut. Layanan jasa baru yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain akan memberikan satu keunggulan bagi kantor pos Jember bahwa layanan jasa baru seperti pembayaran listrik, kredit, pajak, PDAM dan sebagainya akan mampu menarik minat konsumen kembali dalam menggunakan jasa pos. Menurut Sulistiani (2004:79):

"Kemitraan merupakan suatu bentuk persekutuan antara dua pihak atau lebih yang membentuk suatu ikatan kerjasama atas dasar kesepakatan dan rasa saling membutuhkan dalam rangka meningkatkan kapasitas dan kapabilitas di suatu bidang tertentu, atau tujuan tertentu sehingga dapat memperoleh hasil yang lebih baik".

b. Menjaga Komunikasi Yang Baik dengan Konsumen

PT. Pos Indonesia Cabang Jember selain menggunakan kemitraan dengan perusahaan lain untuk mengembangkan layanannya juga perlu menjaga sikap para karyawan sebagai pihak yang bertatap muka langsung dengan konsumen. Komunikasi yang baik akan membuat karyawan mengerti akan kebutuhan dan keluhan dari konsumen pengguna jasa pos saat ini. Menurut Tjiptono (2005:22), yang menjelaskan bahwa:

"Perusahaan harus melakukan service customization, artinya meningkatkan interaksi antara penyedia jasa dan konsumen sedemikian rupa sehingga jasa yang diberikan dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan individual setiap konsumen".

Dimensi kualitas pelayanan pada PT. Pos Indonesia Cabang Jember diwujudkan melalui adanya penerapan nilai budaya perusahaan yaitu "CINTA POS". Berdasarkan pernyataan kepala kantorpos terkait budaya perusahaan tersebut sebagai berikut:

"Budaya pos itu dikenal dengan kata "CINTA POS" yang harapannya karyawan mampu bekerja dengan disiplin, baik, bertanggungjawab dan jujur baik kepada perusahaan ataupun konsumen sehingga tidak akan muncul persoalan-persoalan dari konsumen dalam perusahaan." (AW, 48 Tahun)

Budaya perusahaan yang berlaku di PT. Pos Indonesia ini harus ditaati dan dianut oleh seluruh karyawan, sehingga akan membentuk nilai-nilai individu, sikap dan harapan ini dipengaruhi oleh budaya perusahaan dan dipengaruhi oleh lingkungan budaya masyarakat, yaitu budaya yang bersumber dari lingkungan dimana orang tersebut berasal. Membina komunikasi dengan konsumen sangat mempengaruhi perilaku konsumen untuk mengambil keputusan apakah tetap akan menggunakan layanan jasa pos untuk kedepannya.

c. Menjaga Komunikasi Yang Baik dengan Konsumen

Tampilan perusahaan merupakan salah satu faktor pendukung yang mendorong konsumen tetap menggunakan jasa pos karena baik secara pelayanan dan tampilan fisik. PT. Pos Indonesia Cabang Jember berusaha untuk menampilkan perusahaan sebaik mungkin dengan tujuan supaya konsumen lebih merasa puas saat proses pelayanan berlangsung. Tempat parkir dapat memberikan rasa aman terhadap kendaraan konsumen, musholla dapat memberikan sarana tempat beribadah, dan toilet untuk konsumen. Kursi yang telah disediakan dapat bermanfaat bagi konsumen yang sedang menunggu proses layanan konsumen lainnya. Berikut merupakan tanggapan dari manajer pemasaran terkait pelayanan yang baik:

"Kita memberikan pelayanan sebaik mungkin, meningkatkan pelayanan sarana dan prasarana lalu menjaga untuk selalu merespon setiap adanya keluhan atau komplain serta mempercepat ritme atau waktu pelayanan di loket maupun setiap proses komplain yang

dilakukan oleh konsumen itu sendiri." (F, 49 Tahun)

Pelayanan yang baik berdasarkan pendapat diatas mengindikasikan mengenai sikap para karyawan dalam proses pelayanan yang baik. Selain peningkatan kualitas sarana dan prasarana, mutu pelayanan dari segi sumber daya manusia akan memberi dampak yang besar pada pelayanan yang baik. Hal itu dilakukan untuk memperkuat kondisi sumber daya manusia perusahaan yaitu para karyawan dengan menyeimbangkan perkembangan teknologi yang akan mempermudah dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Hal ini sejalan dengan pendapat Tjiptono (2005:22), yang menjelaskan bahwa:

Perbaikan prasarana seperti mesin antrian merupakan wujud solusi dari bermacam komplain konsumen. Perbaikan tersebut dapat memberikan kemudahan dan ketertiban bagi konsumen saat proses mengantri. Berdasarkan pernyataan dari manajer pemasaran yaitu:

"Kalau kami ini yang secara nyata adalah physical evidence dimana dari tampilan seperti kantor harus lebih bersih, petugas loketnya, termasuk dengan menggunakan mesin antrian dimana itu salah satu cara agar masyarakat itu merasa adil saat melakukan antrian dan tidak capek karena dengan antrian mereka tinggal duduk dan dipanggil." (F, 49 Tahun)

Selanjutnya layanan website yang selalu tersedia di kantor pos dapat memberikan kemudahan bagi konsumen untuk melacak kirimannya. Layanan website ini diberikan sebagai daya tanggap pada konsumen yang sering mengeluh mengenai posisi barang yang telah dikirim apakah sudah sampai atau belum. Berikut tanggapan konsumen mengenai adanya mesin antrian dan layanan jasa baru pada PT. Pos Indonesia Cabang Jember sebagai berikut:

"Saat ini sangat luar biasa ya, karena sekarang itu tertib dengan adanya no antrian, jadi kita tidak perlu berjubel di loket. Kita bisa duduk ditempat yang telah disediakan ketika ada panggilan segera datang dan prosesnya juga cepat, saya tadi dari no 176, padahal tadi ketika masuk masih no 152." (C1, 49 Tahun)

“Kalau pos itu banyak mas, tidak hanya surat sama paket saja. Ada layanan pembayaran listrik juga dan lain-lain jadi saya termasuk orang-orang yang cenderung lebih memilih memakai jasa pos.” (C2, 22 Tahun)

Hal diatas memberi jawaban bahwa konsumen merasa puas dengan adanya perubahan-perubahan yang dilakukan oleh PT. Pos Indonesia Cabang Jember baik dari segi layanan tambahan jasa baru yang muncul serta sarana dan prasarana pendukung layanan tersebut. Dengan hal tersebut, konsumen akan mendapatkan kepuasan tertinggi pada layanan yang telah diberikan PT. Pos Indonesia Cabang Jember yang berdampak pada peningkatan konsumen pengguna jasa pos

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka peneliti menyimpulkan bahwa PT. Pos Indonesia Cabang Jember melakukan strategi diversifikasi produk dalam meningkatkan kualitas pelayanannya pada konsumen yaitu dari munculnya layanan jasa baru pada pos yang terwujud atas dasar kemitraan atau kerjasama. Selanjutnya, untuk perbaikan sikap karyawan diwujudkan melalui budaya CINTA POS yang diikuti dengan 3S (senyum, sapa, salam) dan perbaikan sarana prasarana pendukung melalui adanya mesin antrian, layanan komputer gratis untuk website pos untuk mengetahui kondisi barang yang telah dikirim apakah sudah sampai ditempat tujuan.

SARAN

Sebaiknya PT. Pos Indonesia Cabang Jember harus mampu merespon dengan cepat adanya keluhan atau komplain yang muncul dari konsumen sehingga mereka tidak meninggalkan jasa pos untuk kedepannya. Kemudian sikap karyawan yang baik kepada konsumen harus tetap dioptimalkan, supaya dapat tercapai pelayanan yang lebih baik dan memuaskan

DAFTAR PUSTAKA

- [1] David, Fred R. 2004. Manajemen Strategis Konsep-Konsep. Jakarta: Alih Bahasa Kresno Saroso. Gramedia
- [2] Glueck, W.F. & Jauch, L.R. 2002. Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- [3] Sulistiani, A., T. 2004. *Kemitraan dan Model-Model Pemberdayaan*. Yogyakarta: Gava Media.
- [4] Tjiptono, F. 2005. *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset
- [5] Tjiptono, F. 2007. *Strategi Pemasaran Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi Offset