

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pelayanan publik merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan masyarakat karena berhubungan langsung dengan pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan masyarakat sebagai pengguna layanan. Dalam konteks ini, penyedia layanan publik dituntut untuk memberikan pelayanan yang efektif, efisien, dan dapat diandalkan, guna menjamin terpenuhinya kebutuhan masyarakat secara optimal. (Monoarfa, 2012)

Salah satu instansi yang berperan dalam penyediaan layanan publik adalah PT Pos Indonesia (Persero). Sebagai perusahaan milik negara yang bergerak di bidang jasa logistik, komunikasi, dan keuangan, PT Pos Indonesia memiliki peran strategis dalam mendukung aktivitas masyarakat melalui berbagai layanannya. Keberadaan PT Pos Indonesia diharapkan mampu memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mengakses layanan pengiriman barang, transaksi keuangan, serta layanan lainnya yang menunjang kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT Pos Indonesia menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan dan dievaluasi secara berkelanjutan.

Seiring dengan berkembangnya teknologi dan perubahan dinamika kebutuhan masyarakat, PT Pos Indonesia terus melakukan berbagai inovasi, seperti layanan Pos Kilat Khusus, Pos Express, pengiriman barang besar, hingga layanan transfer uang internasional, untuk memastikan bahwa pelayanan publik yang diberikan tetap relevan, efisien, dan dapat diandalkan oleh masyarakat di Kota Bandung maupun secara nasional.

Kualitas pelayanan publik di PT Pos Indonesia (Persero) Kota Bandung, sebuah perusahaan milik negara yang memiliki peran strategis dalam menyediakan berbagai layanan kepada masyarakat. Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang logistik dan komunikasi, PT Pos Indonesia memiliki tanggung jawab besar dalam menyediakan layanan yang cepat, efisien, dan terpercaya, terutama di tengah perkembangan teknologi yang pesat dan perubahan kebutuhan masyarakat.

Menghadapi persaingan yang cukup ketat ini, organisasi atau perusahaan harus cerdik dalam manajemen suatu perusahaan dan harus bisa menciptakan strategi yang baik agar keberlangsungan sebuah organisasi atau perusahaan tersebut tidak lenyap dimakan masa dan perusahaan dituntut untuk dapat menentukan strategi yang tepat agar dapat bertahan dan memenangi persaingan, sehingga tujuan dari perusahaan tersebut dapat tercapai (Wurarah, 2021). Strategi itu sebagai rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi, tidak hanya sekedar mencapai, akan tetapi strategi juga dimaksudkan untuk mempertahankan keberlangsungan organisasi tersebut ditempat menjalankan aktivitasnya.

Organisasi atau perusahaan baik di sektor swasta maupun sektor publik harus berupaya untuk berinovasi, caranya dengan menggunakan sebuah strategi yang tepat dan tidak merugikan pihak lain, artinya bersaing secara sehat dengan menggunakan strategi masing-masing sesuai dengan kebijakan perusahaan (Syamsuddien, 2016). Di Indonesia sendiri meskipun hanya sebagai negara berkembang, tetapi banyak perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang jasa, salah satunya jasa pengiriman barang.

Perusahaan yang banyak bergerak di bidang jasa dan pengiriman barang yang ada di Indonesia PT Pos Indonesia salah satu perusahaan yang bergerak di bidang ekspedisi barang dan jasa. Dan di era modern ini, perusahaan jasa tidak hanya dimiliki oleh negara, melainkan juga banyak perusahaan jasa yang dimiliki oleh pihak swasta, dan persaingannya pun sangat ketat. BUMN merupakan badan usaha milik negara yang ditugaskan untuk mencari pendapatan negara sebanyak-banyaknya (Syamsuddien, 2016). Salah satu BUMN di Indonesia yang dihadapkan pada tantangan era globalisasi agar dapat terus bersaing adalah PT POS Indonesia (Persero). Untuk dapat bertahan dan berhasil dalam lingkungan seperti itu, perusahaan harus menciptakan *value* bagi konsumen dalam bentuk produk dan jasa sehingga perusahaan juga memperoleh *value*.

PT Pos Indonesia sedang berusaha keras untuk bertahan bahkan bersaing dalam menghadapi perusahaan-perusahaan swasta lainnya (Syamsuddien, 2016). Untuk saat ini banyak perusahaan swasta pesaing Pos, baik ditingkat nasional maupun internasional, dengan menawarkan teknologi yang lebih canggih dan juga menawarkan pengiriman keluar negeri dalam waktu yang lebih cepat, oleh sebab

itu perusahaan-perusahaan jasa pengiriman lokal seperti Pos mendapat tantangan dari perusahaan tersebut PT Pos Indonesia selalu mencari inovasi baru agar tidak terpinggirkan oleh para kompetitor yang ternyata lebih disukai oleh pelanggan PT Pos. Beberapa cara telah dilakukan, namun tetap saja PT Pos masih belum kembali menjadi pilihan utama pelanggannya (Syamsuddien, 2016). Seperti yang kita ketahui bersama PT Pos memiliki cabang yang terletak di seluruh penjuru Indonesia, hal ini bisa saja menjadi keuntungan bagi PT Pos karena para pesaing lain tidak memiliki cabang di seluruh pelosok Indonesia. Bahkan hal ini bisa dimanfaatkan oleh pemerintah untuk membuat program program yang berhubungan langsung dengan masyarakat di daerah pelosok.

Tidak hanya tersebar di seluruh Indonesia saja, ekspansi wilayah pelayanan pos Indonesia juga meliputi dunia internasional. Pelayanan dalam skala internasional juga memungkinkan pos Indonesia untuk melaksanakan salah satu tujuan untuk bisa go internasional, ekspansi wilayah pelayanan pos Indonesia ini dilakukan dengan menjalin kerja sama dengan badan-badan usaha di negara lain yang berskala internasional, seperti Western union (Halim, 2021). Dan khususnya untuk daerah Bandung sendiri ada beberapa jumlah PT Pos Indonesia yang tersebar dan memberikan pelayanan kepada masyarakat yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Daftar Kantor PT Pos Indonesia di kota Bandung

Kecamatan	Jumlah	Kecamatan	Jumlah
Bandung wetan	7	Bojong kidul	2
Cibeunyi kaler	2	Astaanyar	1
Cibeunying kidul	3	Regol	2
Coblong	5	Lengkong	3
Cidadap	1	Buah batu	1
Sukasari	4	Batununggal	1
Sukajadi	4	Kiaracondong	1
Cicendo	1	Margacinta	4
Andir	3	Cicadas	1

Kecamatan	Jumlah	Kecamatan	Jumlah
Ciparay	5	Lembang	1
Dayeuhkolot	2	Cisarua	1
Bojongloa	1	Total	54

Sumber: detikjabar 2022,(Diolah oleh peneliti,2024)

Berdasarkan dari data di atas dapat di lihat bahwasannya PT Pos Indonesia tersebar ke seluruh daerah bandung dengan jumlah yang berbeda-beda tapi jika dilihat dari kajian literatur maupun penelitian terdahulu terdapat permasalahan yang ada yaitu kurangnya ketertarikan masyarakat dalam menggunakan layanan pos ini karena proses yang berbelit belit dan proses penanganan yang pun relatif lambat. Adapun permasalahan yang juga sering di keluhkan pelanggan perihal keterlambatan pengiriman surat atau barang, kerusakan atau kehilangan barang kiriman yang bisa di lihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.2 Data Laporan keluhan masyarakat pengguna PT pos Indonesia (Persero) Kota Bandung 2023-2024

Bulan	Jenis Keluhan Masyarakat						Jumlah Keluhan
	Terlambat		Kerusakan		Kehilangan		
	2023	2024	2023	2024	2023	2024	
Januari – April	4	29	6	19	4	10	72
Mei – Agustus	24	27	7	12	10	24	104
September – Desember	27	7	9	6	9	6	64
Jumlah	55	63	22	37	23	40	240

Sumber: PT Pos Indonesia (Persero) Kota Bandung 2023-2024

Berdasarkan data yang diperoleh, terlihat adanya peningkatan jumlah keluhan dari masyarakat terkait pelayanan PT Pos Indonesia (Persero) Kota Bandung pada tahun 2024. Jika pada tahun 2023, jumlah keluhan mengenai keterlambatan pengiriman tercatat sebanyak 55 keluhan, maka pada tahun 2024 jumlahnya meningkat menjadi 63 keluhan. Hal ini menunjukkan bahwa masalah keterlambatan pengiriman masih menjadi isu utama yang harus mendapat perhatian serius dari perusahaan.

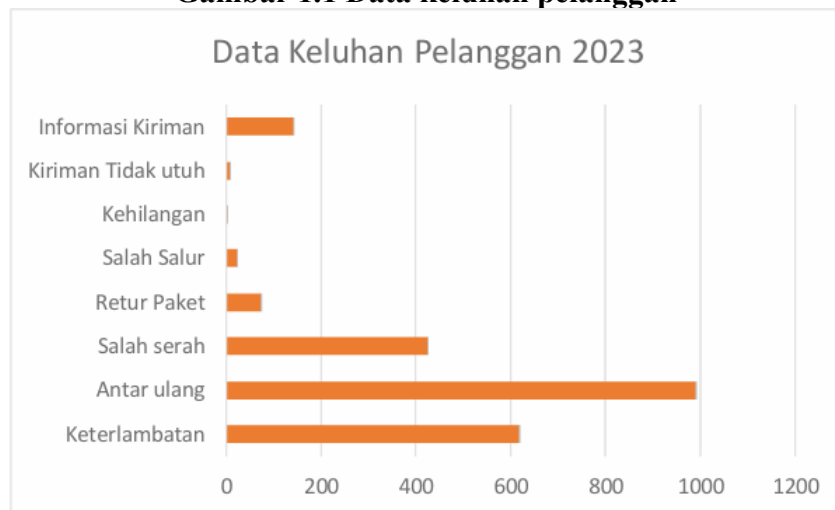
Keterlambatan tersebut, yang banyak disebabkan oleh kesalahan dalam proses penyortiran atau pengelompokan kiriman oleh petugas, menunjukkan adanya kelemahan dalam sistem operasional dan koordinasi antar karyawan. Sebagai contoh, pengiriman yang seharusnya diantar oleh karyawan A justru dibawa oleh karyawan lain yang bertanggung jawab untuk wilayah yang berbeda. Kondisi ini tidak hanya mempengaruhi kepuasan pelanggan, tetapi juga berpotensi merusak reputasi perusahaan. Hal ini dapat disebabkan juga oleh kurangnya fasilitas yang disediakan oleh Perusahaan. Adapun untuk melakukan pengaduan atau penyampaian keluhan terhadap pelayanan pengiriman dapat dilakukan dengan beberapa prosedur yaitu (Halim, 2021), sebagai berikut;

1. *Customer* mengunjungi kantor PT Pos Indonesia
2. Melakukan pengaduan ke *Customer Service*
3. Menyampaikan keluhan (sesuai tipe keluhan)
4. Menunjukan nomor resi pengiriman
5. Pihak PT Pos Indonesia akan melakukan Tindakan (melakukan proses penyelesaian keluhan sesuai dengan tipe keluhan dari masyarakat

Keluhan terkait sikap petugas yang kurang ramah serta biaya yang tidak seragam menjadi salah satu faktor yang menyebabkan banyaknya keluhan terhadap kualitas layanan PT. Pos Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa dalam perspektif masyarakat pengguna, kualitas layanan PT. Pos Indonesia masih dianggap kurang memadai dan belum memenuhi harapan mereka. Meskipun PT. Pos Indonesia, sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN), beroperasi dalam sektor jasa dengan berbagai layanan seperti pengiriman surat, uang, dan barang, baik domestik maupun internasional, permasalahan dan keluhan pelanggan tetap muncul.

Berdasarkan informasi dari customer service Pos Indonesia Bandung, keluhan yang sering ditemui antara lain terkait informasi tracking, keterlambatan pengiriman, antar ulang paket, hingga retur paket. Oleh karena itu, meskipun PT. Pos Indonesia memiliki berbagai layanan, tantangan dalam meningkatkan kualitas layanan tetap ada dan perlu perhatian lebih. Adapun bisa di lihat pada data berikut data keluhan pelanggan, yaitu:

Gambar 1.1 Data keluhan pelanggan



Sumber: Data Laporan Keluhan Pelanggan (2023)

Angka keluhan tertinggi pada laporan data keluhan perusahaan disebabkan oleh antar ulang paket sebesar 44% disusul oleh keterlambatan pengiriman sebesar 27% serta 19% disebabkan oleh salah serah paket. Masalah dan kendala yang timbul dalam proses pengiriman seringkali menjadi sumber keluhan atau aduan pelanggan sebagai ekspresi ketidakpuasan atau kekecewaan mereka terhadap layanan penyedia jasa. Permasalahan keluhan layanan bisa dialami oleh penyedia jasa manapun dan tidak terkecuali oleh PT. Pos Indonesia Bandung.

Mengingat PT. Pos Indonesia memiliki cakupan yang sangat luas dengan 11 region yang tersebar di seluruh Indonesia, meliputi 38 provinsi dan 249 kota, serta memiliki 3636 kantor cabang yang terdapat di pelosok Indonesia, hal tersebut juga menjadi kendala dan hambatan pada dimensi kecepatan penanganan akibat keterbatasan informasi dari *customer service* sehingga keluhan akan diteruskan ke bagian pusat maupun divisi terkait. Pihak *customer service* pun telah memaparkan bahwa proses penanganan keluhan yang lama disebabkan oleh respon yang lama dari bagian terkait. Penjelasan diatas diperkuat dengan temuan pada penelitian pendahuluan (Rahayu, 2023) riset terhadap 20 responden pengguna layanan *customer service* pos Indonesia.

Hasil kuesioner menyatakan bahwa 35% masih merasa kurang puas dengan pelayanan, 31,6% pelanggan merasa pelayanan masih kurang responsif, 63% pelanggan merasa kurang setuju jika pengaduan dapat diselesaikan dalam 1x24 jam. Disamping itu, informasi dari customer service KCU Bandung menyatakan

bahwa masih terdapat banyaknya kasus keluhan layanan yang tidak terselesaikan dengan baik.

Kualitas pelayanan yang kurang memadai memerlukan perbaikan dalam pengoptimalisasian pelayanan publik agar PT Pos Indonesia dapat meningkatkan pelayanan publiknya dibandingkan dengan kompetitor lain. Untuk mencapai tujuan tersebut, perlu dilakukan analisis mendalam terhadap berbagai aspek pelayanan yang ada, termasuk proses operasional, pengelolaan sumber daya manusia, serta pemanfaatan teknologi informasi. PT Pos sebaiknya melakukan strategi-strategi untuk memperbaiki dan menghasilkan sehingga PT Pos tetap menjadi pilihan utama pelanggannya. Berikut data pesaing PT Pos Indonesia.

Tabel 1. 3 Data Pesaing PT Pos Indonesia

Brand	2019	2020	2021	2022	2023	2024
J&T	26.40%	27.30%	33.40%	23.10%	33.30%	50.90%
JNE	20.30%	21.30%	28.00%	39.30%	29.10%	28.50%
Tiki	12.60%	10.80%	11.20%	11.10%	10.60%	10.20%
Pos Indonesia	5.40%	7.70%	8.50%	8.50%	7.30%	9.40%
DHL	3.80%	4.10%	6.00%	6.90%	7.20%	6.70%

Sumber: Top Brand Award (www.topbrand-award.com)

PT Pos Indonesia sudah banyak mengeluarkan inovasi yang baru tetapi masih kalah bersaing dengan ekspedisi lainnya. Hal ini menjadikan cara-cara yang dilakukan belum maksimal, ini tentu saja menuntut PT Pos Indonesia untuk lebih memiliki kemampuan dan inovasi yang tepat dalam menghadapi perkembangan tersebut. Dapat disimpulkan bahwa brand J&T lebih unggul dibandingkan jasa kurir lainnya. Disusul oleh JNE dan Tiki yang menjadi Top 3 Brands Jasa Kurir di Indonesia. Kemudian peringkat 4 diduduki oleh Pos Indonesia yang masih eksis hingga saat ini dengan berbagai layanan yang disediakan. Terlihat dari tabel di atas bahwa jumlah pengguna jasa pos Indonesia masih lebih rendah dibandingkan dengan merek pesaing lainnya. Untuk tahun yang akan datang 2025 PT Pos menargetkan 15% peningkatan pendapatan dari tahun 2024 untuk dapat bersaing dengan Perusahaan jasa lainnya (Laode, 2025).

Demi menghadapi fenomena persaingan bisnis tersebut, perusahaan dituntut untuk bisa mengutamakan penyediaan layanan yang berkualitas guna

mencerminkan nilai unggul perusahaan. kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk pelayanan, harga, kualitas produk atau layanan, aspek emosional, dan tingkat kemudahan dalam mendapatkan layanan tersebut. Penanganan keluhan pelanggan termasuk salah satu faktor pelayanan dimana faktor tersebut dapat mempengaruhi keberhasilan perusahaan dalam mewujudkan kepuasan pelanggan.

Meskipun kepuasan pelanggan dan penanganan keluhan merupakan aspek krusial dalam persaingan bisnis, implementasinya di PT Pos Bandung tampaknya belum optimal. Fenomena ini menghadirkan sebuah *gap* (kesenjangan) yang menarik untuk diteliti lebih lanjut. Penelitian-penelitian terdahulu tentang PT Pos seringkali berfokus pada efisiensi operasional, strategi pemasaran, atau dampak kebijakan pemerintah terhadap perusahaan. Namun, studi yang secara khusus menyoroti efektivitas penanganan keluhan pelanggan dan kaitannya dengan kepuasan serta loyalitas, terutama di kantor cabang seperti Pos Bandung, masih sangat terbatas.

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi *gap* tersebut dengan menginvestigasi bagaimana penanganan keluhan pelanggan di PT Pos Bandung memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan dan, pada akhirnya, loyalitas mereka. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang spesifik dan relevan bagi PT Pos, khususnya dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan.

Mengurangi tingkat keluhan dari pelanggan merupakan langkah yang sangat tepat bagi perusahaan untuk memenangkan kepercayaan para pelanggan. Upaya untuk mengevaluasi kinerja layanan maka diperlukan survey penilaian pelanggan agar perusahaan mampu memperbaiki pelayanan yang diberikan. Di lihat Saat peneliti melakukan mini wawancara di Pos Bandung, *customer service* memberikan informasi bahwa pihak pelayanan disana tidak pernah atau tidak menyediakan survey kepuasan layanan yang dapat diakses pelanggan setelah menggunakan layanan. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan peranan penting dalam menentukan kepuasan dalam loyalitas konsumen terhadap perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menduga bahwa kualitas pelayanan pada PT Pos Indonesia (Persero) di Kota Bandung belum berjalan secara optimal. Hal ini diduga karena belum terpenuhinya dimensi kualitas pelayanan publik. Berdasarkan dimensi kualitas pelayanan publik oleh Zeithaml et.al. peneliti menduga dimensi daya tanggap (*Responsiveness*) belum maksimal yaitu dilihat dari masih banyaknya jumlah kasus pengaduan dari pelanggan terkait keterlambatan, kerusakan, dan kehilangan.

Data keterlambatan, kerusakan, dan kehilangan pada PT Pos Indonesia (Persero) Kota Bandung mengalami peningkatan dari 2023 ke 2024. Laporan keterlambatan meningkat dari 55 menjadi 63 laporan, laporan kerusakan naik dari 22 menjadi 37, dan laporan kehilangan bertambah dari 23 menjadi 40 kasus. Mayoritas keluhan yang diterima terkait keterlambatan, yang disebabkan oleh respons pegawai PT Pos Indonesia yang belum maksimal dalam menangani masalah keterlambatan, kerusakan, dan kehilangan. Hal ini juga diperburuk karena belum adanya nomor *call center* atau layanan khusus pengaduan konsumen, terkhusus di cabang PT Pos Indonesia Kota Bandung. Pernyataan tersebut berdasarkan data yang didapat secara langsung dari PT Pos Indonesia Kota Bandung serta data-data pendukung dari jurnal maupun *website* resmi Perusahaan.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti merasa perlu untuk membahas lebih lanjut mengenai Kualitas Pelayanan PT Pos Indonesia dalam pelayanan publik, sehingga dapat bersaing dengan ekspedisi atau *competitor* yang menawarkan pelayanan publik dan jasa di bidang yang sama. Maka dari uraian tersebut maka penulis tertarik untuk meneliti bagaimana Pelayanan publik yang digunakan oleh PT Pos Indonesia, dengan mengangkat judul: **"Kualitas Pelayanan Publik Pada PT Pos Indonesia (Persero) Di Kota Bandung"**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti mengambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas fasilitas fisik (*Tangibles*), seperti kantor, peralatan, dan tampilan staf terhadap kepuasan pelanggan di PT Pos Indonesia (Persero) Kota Bandung?

2. Bagaimana keandalan layanan, termasuk ketepatan waktu (*Reliability*) pengiriman dan ketepatan informasi yang diberikan di PT Pos Indonesia (Persero) Kota Bandung?
3. Bagaimana pengaruh daya tanggap (*Responsiveness*) terhadap kebutuhan dan keluhan pelanggan, terhadap kepuasan pelanggan di PT Pos Indonesia (Persero) Kota Bandung?
4. Bagaimana pengaruh kualitas dan pelayanan asuransi (*Assurance*) yang ditawarkan oleh PT Pos Indonesia (Persero) Kota Bandung terhadap kepercayaan dan kepuasan pelanggan?
5. Bagaimana sikap empati (*Empathy*) terhadap kebutuhan individu pelanggan, mempengaruhi kepuasan pelanggan di PT Pos Indonesia (Persero) Kota Bandung?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah diuraikan, maka dari itu peneliti memiliki tujuan dari penelitian yang berguna untuk berkelanjutan dan ilmu pengetahuan selanjutnya dengan tujuan sebagai berikut:

1. Menganalisis bagaimana kualitas fasilitas fisik (*Tangibles*), seperti kantor, peralatan, dan tampilan staf terhadap kepuasan pelanggan di PT Pos Indonesia (Persero) Kota Bandung
2. Menganalisis bagaimana keandalan layanan, termasuk ketepatan waktu (*Reliability*) pengiriman dan ketepatan informasi yang diberikan di PT Pos Indonesia (Persero) Kota Bandung
3. Menganalisis bagaimana pengaruh daya tanggap (*Responsiveness*) terhadap kebutuhan dan keluhan pelanggan, terhadap kepuasan pelanggan di PT Pos Indonesia (Persero) Kota Bandung
4. Menganalisis bagaimana pengaruh kualitas dan pelayanan asuransi (*Assurance*) yang ditawarkan oleh PT Pos Indonesia (Persero) Kota Bandung terhadap kepercayaan dan kepuasan pelanggan
5. Menganalisis bagaimana sikap empati (*Empathy*) terhadap kebutuhan individu pelanggan, mempengaruhi kepuasan pelanggan di PT Pos Indonesia (Persero) Kota Bandung

D. Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat dan kegunaan dari yang telah diteliti, baik secara teoritis dan praktisnya sehingga dapat diuraikan dari kegunaan penelitian sebagai berikut:

1. **Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori mengenai Kualitas pelayanan publik pada PT Pos Indonesia, hasil dari penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan masukan atau referensi untuk penelitian yang akan datang, terutama yang berhubungan dengan kualitas Pelayanan Publik.

2. **Kegunaan Praktis**

Dilihat dari dimensi praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi positif serta masukan bagi perusahaan dalam melakukan pengoptimalisasian yang tepat dan pelayanan publik yang baik.

E. Kerangka Berfikir

Kerangka pikir digunakan sebagai bahan landasan dalam pengembangan berbagai konsep dan teori yang digunakan dalam sebuah penelitian. Kerangka pemikiran merupakan penjelasan terhadap hal-hal yang menjadi objek permasalahan dan disusun berdasarkan tinjauan pustaka dan hasil penelitian yang relevan.

Goetsch & Davis menyatakan bahwa “kualitas pelayanan merupakan sesuatu yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan/kebutuhan pelanggan yang mana pelayanan dikatakan berkualitas jika dapat menyediakan produk dan jasa (pelayanan) sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan”. Dengan memberikan pelayanan yang lebih cepat, efisien, dan berkualitas, pemerintah dapat memenuhi harapan masyarakat yang terus berkembang (Mursyidah & Choiriyah, 2020).

Hal ini tidak hanya melibatkan peningkatan kualitas layanan secara langsung, tetapi juga perbaikan sistem dan prosedur yang ada, serta pemanfaatan teknologi yang dapat mempercepat proses pelayanan. Pada akhirnya, jika pelayanan publik

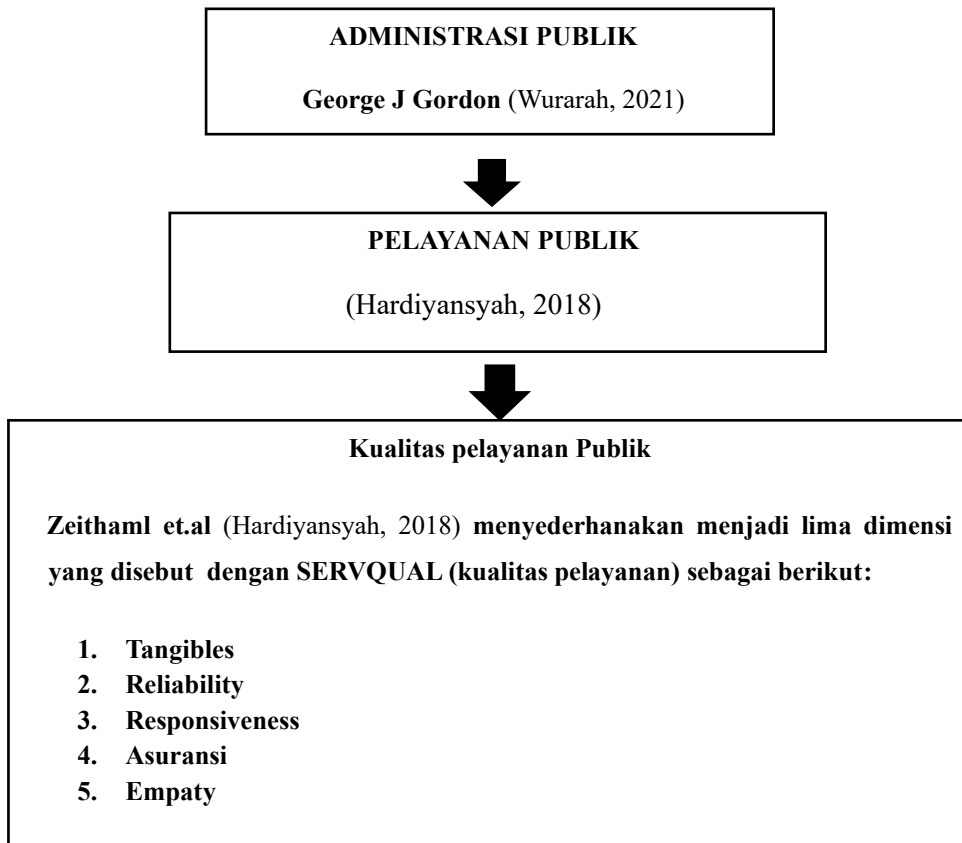
berhasil dioptimalkan, hal ini akan menciptakan kepuasan yang lebih tinggi di kalangan masyarakat dan memperkuat kepercayaan mereka terhadap institusi publik.

PT Pos merupakan perusahaan pengiriman jasa tertua yang perlu diperhatikan oleh pemerintah karena keunggulannya sejak dahulu sebagai perusahaan yang ada sampai ke pelosok Indonesia harus tetap dipertahankan eksistensinya. Dari berbagai macam teori tentang Kualitas pelayanan publik yang diungkapkan oleh para ahli, penulis memilih untuk menggunakan teori menurut Zeithaml et.al. (Hardiyansyah, 2018) tentang kualitas pelayanan publik dengan indikator ukuran kepuasan pengguna/pelanggan terhadap kualitas pelayanan beberapa pengukuran *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *asuransi*, *empathy*. Penulis memilih menggunakan teori tersebut dalam menilai Kualitas pelayanan publik yang digunakan PT Pos Indonesia dalam Pelayanan Publiknya.

Kualitas pelayanan publik dengan menggunakan teori kualitas pelayanan Zeithaml et.al.adalah sebuah teori yang dibutuhkan oleh setiap organisasi untuk menilai efektivitas dan efisiensi layanan yang diberikan oleh instansi pemerintah. Selain itu, dengan teori kualitas pelayanan merupakan analisis komprehensif yang mampu memberikan gambaran penilaian (kerangka) serta menentukan bagaimana sebuah pelayanan pada instansi tersebut. Dengan adanya teori kualitas pelayanan diharapkan suatu organisasi mampu menganalisis apakah pelayanan yang diberikan sudah efektif dan efisien atau belum.

Penelitian ini dilakukan untuk menjabarkan bagaimana Kualitas pelayanan Publik oleh PT Pos Indonesia di Kota Bandung melalui lima dimensi dalam penilaian kualitas pelayanan publik sudah optimal atau belum. Untuk mengetahui alur pemikiran dalam penelitian ini, maka dibuat sebagai berikut:

Gambar 1. 2 Kerangka Berfikir



Sumber : George J Gordon (Wurarah, 2021), Zeithaml et.al (Hardiyansyah, 2018)

Diolah peneliti (2024)



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG