

PERAN DINAS PEMADAM KEBAKARAN PADA PROGRAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DALAM UPAYA PENCEGAHAN DAN PENANGGULANGAN BAHAYA KEBAKARAN DI KOTA BEKASI TAHUN 2024

Farhan Hafizh Tsany Hendarwin

Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Krisnadwipayana

Email : farhanhafizh266@gmail.com

Submitted: 13 September 2024; Accepted: 20 Oktober 2024

Abstract

In this era of digitalization, State-Owned Enterprises (BUMN) are required to improve services professionally in accordance with their respective fields. The rapid changes in the flow of information and technology have encouraged companies to produce services or products that can meet people's wants and needs, so that people are satisfied with what they get from the company. Many things are done to meet the wants and needs of the community, one of which is to give a good image/impression, both in terms of products and services provided to the community. This study aims to determine the quality of service, factors supporting and inhibiting service quality at the Jatiasih Branch Post Office, Bekasi City. The type of research used is qualitative research. Data collection techniques were carried out by observation, interview, and documentation techniques. The results of this study indicate, Direct Evidence (Tangibles) that this dimension is felt by the community is good and is satisfied with the cleanliness of the environmental conditions, Reliability (Reliability) that this dimension is felt by the community is good and satisfied because employees provide maximum service to customers, (Responsiveness) that this dimension is felt by the community is good and feels satisfied because employees are always willing to help solve customer difficulties, (Assurance) that this dimension is felt by the community is good and feels satisfied because employees make customers feel safe during transactions, Empathy (Empathy) that this dimension is felt by the community to be good and feel satisfied because employees give attention either personally or individually.

Keywords: Service Quality, Post Office

Abstrak

Zaman digitalisasi seperti ini, Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dituntut untuk meningkatkan pelayanan secara profesional yang sesuai dengan bidangnya masing – masing.

Farhan Hafizh Tsany Hendarwin, Analisis Kualitas Pelayanan...

Perubahan arus informasi dan teknologi yang cepat telah mendorong perusahaan untuk menghasilkan layanan atau produk yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat, sehingga masyarakat puas dengan apa yang mereka dapatkan dari perusahaan. Banyak hal yang dilakukan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat, salah satunya yaitu memberikan citra/kesan yang baik, baik dalam hal produk maupun pelayanan yang diberikan kepada masyarakat. Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan, faktor pendukung dan penghambat kualitas pelayanan di Kantor Pos Cabang Jatiasih Kota Bekasi. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan, Bukti Langsung (*Tangibles*) bahwa dimensi ini dirasakan oleh masyarakat sudah baik dan merasa puas dengan kebersihan kondisi lingkungan, Keandalan (*Reliability*) bahwa dimensi ini dirasakan oleh masyarakat sudah baik dan merasa puas karena pegawai memberikan pelayanan secara maksimal kepada pelanggan, Daya Tanggap (*Responsiveness*) bahwa dimensi ini dirasakan oleh masyarakat sudah baik dan merasa puas karena pegawai selalu bersedia membantu menyelesaikan kesulitan pelanggan, Jaminan (*Assurance*) bahwa dimensi ini dirasakan oleh masyarakat sudah baik dan merasa puas karena pegawai membuat pelanggan merasa aman selama bertransaksi, Empati (*Empathy*) bahwa dimensi ini dirasakan oleh masyarakat sudah baik dan merasa puas karena pegawai memberikan perhatian baik secara personal atau individu.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kantor Pos

PENDAHULUAN

Zaman digitalisasi seperti ini, Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dituntut untuk meningkatkan pelayanan secara profesional yang sesuai dengan bidangnya masing – masing. Perubahan arus informasi dan teknologi yang cepat telah mendorong perusahaan untuk menghasilkan layanan atau produk yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat, sehingga masyarakat puas dengan apa yang mereka dapatkan dari perusahaan. Banyak hal yang dilakukan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat, salah satunya yaitu memberikan citra/kesan yang baik, baik dalam hal produk maupun pelayanan yang diberikan kepada masyarakat.

PT. POS Indonesia merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yaitu badan usaha yang bergerak di bidang jasa khususnya dalam pengiriman surat menyurat. Dalam kebutuhan bangsa dan negara kebutuhan berkomunikasi cukup perlu dilayani dengan adanya penyelenggaraan pos yang baik.

Dengan meningkatnya suatu perkembangan nasional dan luasnya mobilitas masyarakat, pos

sebagai prasarana komunikasi di dalam bidang ekonomi, politik, sosial budaya, keamanan dan pertahanan nasional pada hakekatnya yang harus mampu memperkuat persatuan dan kesatuan bangsa dan negara serta mempererat hubungan antar bangsa dan melancarkan sebuah hubungan aparat pemerintah dengan masyarakat dan diantara seluruh anggota masyarakat. Untuk itu pos diadakan oleh negara demi untuk kepentingan umum, untuk mencapai tujuan itu maka ada keuntungan yang wajib angkut pos bagi sarana angkutan umum udara, laut dan darat serta media telekomunikasi.

Di Indonesia dalam peningkatan kualitas layanan di dalam bidang jasa semakin mendapat perhatian banyak dari masyarakat, karena banyak sekali keluhan dan pengaduan tentang belum efisien dan efektif serta sumber daya manusia yang masih kurang memadai. Hal ini terlihat dari segi prosedurlayanan yang kurang dipahami, petugas yang masih kurang tanggap, biaya yang harus dikeluarkan cukup mahal, sehingga menimbulkan pandangan masyarakat terhadap perbaikan kualitas layanan dari tahun ke tahun semakin naik. Namun kenyataannya pelanggan tak mendapatkan pelayanan yang sama dengan yang diinginkan. Banyak kegiatan penyelenggaraan layanan yang tidak mengalami peningkatan sehingga banyak pelanggan atau masyarakat merasa tidak puas dalam mendapatkan layanan. Kepuasan pelanggan yang menjadi tolak ukur untuk mendapatkan peningkatan kualitas layanan.

Hal ini disebabkan karena adanya kualitas layanan yang dapat digunakan sebagai suatu cara untuk mendapatkan pencapaian keunggulan yang kompetitif. Dengan adanya suatu peningkatan kualitas layanan yang baik maka akan dapat menimbulkan suatu kepuasan terhadap pelanggan atau masyarakat. Menteri BUMN yaitu Erick Thohir yang mengharapkan PT Pos Indonesia akan bisa terus menjadi tulang punggung Indonesia dalam hal membantu sebuah pengiriman ke seluruh Indonesia. Dan ia juga berharap bahwa Pos Indonesia bisa menjadi central distribution hub yang ada di Indonesia.

Harapan pada kualitas pelayanan ini tertuju pada pandangan/citra pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Apabila pelanggan dapat memandang suatu pelayanan itu dengan positif atau baik, maka perusahaan jasa tersebut akan dapat menghasilkan suatu keuntungan

yang besar, dan apabila pandangan pelanggan terhadap suatu pelayanan itu negatif atau buruk, maka pelanggan yang ada pada perusahaan tersebut itu berkurang. Citra/pandangan pelanggan terhadap pada suatu perusahaan jasa dan dapat memberikan pengaruh dengan sendirinya. Hal ini terjadi karena pelanggan menggunakan jasa dari perusahaan tersebut.

PT Pos Indonesia (Persero) memiliki tujuan awal yaitu hanya untuk memberikan pelayanan surat menyurat, tetapi saat ini pelayanan di kantor pos tidak hanya melayani surat menyurat saja yaitu seperti berupawesel pos, tabungan, pajak, tagihan kartu kredit, angsuran motor atau barang, telepon, air, dan listrik. Maka dari itu kepuasan masyarakat dan kualitas pelayanan harus semakin ditingkatkan. Kini masyarakat juga mengharapkan kualitas pelayanan dan kepuasan masyarakat yang baik, termasuk di bidang pelayanan kantor pos ini, sehingga penyelenggara pos harus memperhatikan kualitas pelayanan dan juga kepuasan masyarakatnya.

Minat masyarakat Kota Bekasi menggunakan jasa PT. Pos juga dapat mempengaruhi terhadap kinerja Perusahaan. Perilaku masyarakat terhadap keputusan memilih jasa sudah menjadi faktor penentu terhadap peluang untuk memenangkan pasar dan persaingan di industri jasa pengiriman. Minat masyarakat akan mempengaruhi masyarakat terhadap keputusannya dalam memilih jasa pengiriman tersebut atau tidak. Minat masyarakat, seperti motivasi, persepsi dan sikap, dipengaruhi oleh masyarakat dan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap jasa pengiriman PT. Pos.

Pada Pos Jatiasih Kota Bekasi pelayanan yang sering digunakan oleh kebanyakan warga yaitu pelayanan surat menyurat, tabungan, serta bayar pajak. Pos Jatiasih Kota Bekasi sebagai jasa yang memberikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat harus bisa memberikan kualitas terbaik, dan memenuhi harapan setiap masyarakat agar masyarakat merasakan umpan balik dari pelayanan yang mereka dapat. Masyarakat dari kalangan yang berbeda dari sisi ekonomi, sosial, atau pendidikan harus merasakan pelayanan yang setara. Agar masyarakat mendapatkan pelayanan terbaik serta menyesuaikan cara bertransaksi sesuai keadaan yang berbeda dari latar belakang tersebut.

Menurut observasi melalui wawancara kepada para pengunjung, dalam kegiatan pra - riset ditemukan data yang menjadi permasalahan bagi Kantor Pos Jatiasih Kota Bekasi yaitu terkait dengan menurunnya kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang diberikan kepada pengunjung. Hal itu seperti adanya keluhan masyarakat terkait rendahnya kualitas pelayanan dalam hal melayani pengunjung terkadang belum cukup puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh pegawai, belum adanya kepastian terkait jangka waktu penyelesaian seperti dalam halnya waktu pengiriman terkadang terjadinya keterlambatan sehingga barang yang dikirim ke tujuan tidak tepat waktu, dalam melayani adanya beberapa pegawai yang kurang ramah seperti halnya dalam cara berkomunikasi atau kurang baiknya tata bicara penyampaian suatu informasi ke masyarakat, petugas terkadang tidak berada di loket seperti halnya pengunjung yang ingin menggunakan jasa PT. Pos akan tetapi petugas suka tidak berada ditempat sehingga pengunjung harus menunggu di ruang tunggu untuk menunggu petugas yang sudah berada di loket, serta lambatnya informasi yang diberikan oleh petugas seperti dalam halnya memberikan informasi pengiriman barang dan lain sebagainya.

KAJIAN PUSTAKA

Good Corporate Governance

Secara bahasa, *Good Corporate Governance* berasal dari bahasa Inggris, yaitu *good* yang berarti baik, *corporate* berarti perusahaan dan *governance* artinya pengaturan. Secara umum, istilah *good corporate governance* diartikan dalam bahasa Indonesia dengan tata kelola perusahaan yang baik. Secara istilah definisi GCG adalah suatu mekanisme tata kelola organisasi secara baik dalam melakukan pengelolaan sumberdaya organisasi secara efisien, efektif, ekonomis ataupun produktif dengan prinsip-prinsip keterbukaan, akuntabilitas, pertanggungjawaban, independen, dan adil dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

Good Corporate Governance merupakan sebuah sistem tata kelola organisasi yang berisi seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara kepentingan internal dan eksternal lainnya dalam kaitannya dengan hak-hak dan kewajiban dengan kata lain, suatu sistem yang mengatur dan

mengendalikan organisasi, dengan tujuan untuk meningkatkan nilai tambah (*added value*) bagi semua pihak yang berkepentingan (*stakeholders*).

Corporate governance merupakan konsep yang diajukan demi peningkatan kinerja. Organisasi melalui *supervise* atau monitoring kinerja manajemen dan menjamin akuntabilitas manajemen terhadap *stakeholder* dengan mendasarkan terhadap kerangka peraturan. Konsep *corporate governance* demi tercapainya pengelolaan organisasi yang lebih transparan bagi semua pengguna laporan keuangan. Bila konsep ini diterapkan dengan baik maka diharapkan pertumbuhan ekonomi akan terus menanjak seiring dengan transparansi pengelolaan organisasi yang makin baik nantinya menguntungkan banyak pihak. *Corporate governance* juga membantu menciptakan lingkungan kondusif demi terciptanya pertumbuhan yang efisien dan *sustainable* di sektor korporat. Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa *Good Corporate Governance* diartikan sebagai tata kelola organisasi yang baik, pemerintahan yang baik atau penyelenggaraan pemerintahan yang bersih dan efektif, berlandaskan perundang-undangan dan norma-norma baik.

Pelayanan Publik

Pelayanan publik atau pelayanan umum dapat didefinisikan sebagai segala bentuk jasa pelayanan, baik dalam bentuk publik atau jasa publik yang pada dasarnya menjadi tanggung jawab dan dilaksanakan oleh instansi pemerintah dipusat, daerah, dan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara atau Badan Usaha Milik Daerah, dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan. Menelusuri arti pelayanan umum tidak terlepas dari masalah kepentingan umum, yang menjadi asal-usul timbulnya istilah pelayanan umum. Oleh karena itu antara kepentingan umum dengan pelayanan umum adanya hubungan yang saling berkaitan. Meskipun dalam perkembangan lebih lanjut pelayanan umum dapat juga timbul karena adanya kewajiban sebagai suatu proses penyelenggaraan kegiatan organisasi.

Pelayanan publik yang diberikan kepada masyarakat harus sesuai dengan standar pelayanan, karena masyarakat berhak mendapatkan pelayanan dari pemerintah secara prima atau pelayanan

yang berkualitas Definisi pelayanan sebagai suatu pendekatan organisasi total yang menjadi kualitas pelayanan yang diterima pengguna jasa sebagai kekuatan penggerak utama dalam pengoperasian bisnis.

Pelayanan merupakan tugas utama bagi aparaturnegara sebagai abdi negara dan abdi masyarakat. Tugas ini secara jelas telah digariskan dalam pembukaan Undang-UndangDasar 1945 alinea Ke empat, yang meliputi empat aspek pelayanan pokokaparaturnegara terhadap masyarakat yang berbunyi: Melindungi segenap bangsa dan seluruh tumpah darah Indonesia memajukan kesejahteraan umum danmencerdaskan kehidupan bangsa. Untuk memajukan kesejahteraan umum, pelayanan publik dari pemerintah harus ditingkatkan kualitasnya. Karena eksistensi dari kesejahteraan umum adalah pelayanan publik.

Penyelenggaraan pelayanan publik merupakan upaya Negara dalam memenuhi kebutuhan dasar dan hak-hak sipil setiap warga Negara atas barang, jasa, dan pelayanan administrasi yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik.Selain itu telah dijelaskan sebelumnya bahwa Undang-Undang 1945 juga telah mengamanahkan kepada Negara untuk memenuhi kebutuhan dasar setiap warga Negara demikesejahteraannya. Sehingga efektivitas suatu sistem pemerintahan sangatditentukan oleh baik buruknya penyelenggara pelayanan publik.

Kualitas Pelayanan Publik

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi ataumelebihi harapan. Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaianaktivitas yang bersifat tidak kasat mata(tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal- hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberian pelayanan yang di maksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.

Selanjutnya definisi kualitas pelayanan adalah seberapa jauhperbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas langganan yang mereka terima atau peroleh. Definisi lain kualitas pelayanan yang merupakan tingkatan keunggulan (*excellence*) yang diharapkan danpengendalian

atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Berdasarkan pengetahuan diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu kegiatan ekonomi yang outputnya bukan produk konsumsi, bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah (seperti kenikmatan, hiburan, santai) bersifat tidak berwujud dan apabila jasa yang diterima oleh pelanggan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik (ideal), dan sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan konsumen, maka kualitas pelayanan akan dipersepsikan jelek (kurang ideal), sehingga kebutuhan dan keinginan konsumen merasa belum terpenuhi.

Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan lembaga atau instansi pemberi pelayanan jasa. Ikatan hubungan yang baik ini akan memungkinkan lembaga pelayanan jasa untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka.

Terdapat lima perspektif mengenai kualitas, salah satunya yaitu kualitas dilihat tergantung pada orang yang menilainya, sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan produk yang berkualitas paling tinggi. Kualitas telah menjadi harapan dan impian bagi setiap konsumen dari sebuah produk yang dibelinya. Konsumen dalam kesehariannya menggunakan produk baik yang berwujud ataupun tidak berwujud (jasa) tidak akan lepas dari kualitas baik yang diharapkan konsumen. Seorang pemasar harus memahami keinginan dan kebutuhan konsumen, kemudian berusaha memenuhinya demi meningkatkan penjualan. Kualitas yang baik akan dapat menambah kepuasan bagi konsumen terhadap produk yang dibelinya. Bila konsumen mendapatkan kualitas baik setiap kali membeli produk yang dibutuhkannya, maka ada kemungkinan besar konsumen tersebut melakukan pembelian berulang kali dan hal ini akan sangat menguntungkan bagi perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif Menurut Denzin dan Lincoln metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Selanjutnya penelitian kualitatif yang digunakan oleh peneliti bermaksud untuk memperoleh gambaran tentang fenomena sosial yang terjadi untuk kemudian dianalisis berdasarkan pengamatan atau penemuan yang terjadi di lapangan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. penelitian kualitatif bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus secara alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (J. Lexy Moeloeng 2007:6). Dengan desain deskriptif, yaitu penelitian yang memberi gambaran secara cermat mengenai individu atau kelompok tertentu tentang keadaan dan gejala yang terjadi (Koentjaraningrat 1993:89)

Masalah pada penelitian kualitatif bertumpu pada suatu fokus. Adapun yang akan dimaksud dalam merumuskan masalah penelitian dengan jalan memanfaatkan fokus. Bagaimana implementasi kebijakan Dinas Sosial Kota Bekasi. Dalam metode kualitatif, fokus penelitian berguna untuk membatasi bidang *inquiry*. Tanpa adanya fokus penelitian, maka peneliti akan terjebak oleh banyaknya data yang diperoleh dilapangan. Oleh karena itu fokus penelitian akan berperan sangat penting dalam memandang dan mengarahkan peneliti guna memilih data yang relevan dan baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kualitas pelayanan jasa adalah sesuatu yang tak berwujud, yang melibatkan suatu tindakan yang melalui suatu proses dan kinerja yang diberikan oleh suatu pihak menuju pihak lainnya. Pada suatu dasarnya jasa yang merupakan suatu aktifitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan

suatu produk dalam hal bentuk fisik atau konstruksi, yang saat biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan suatu waktu yang telah dihasilkan dan dapat memberikan nilai tambah, misalnya seperti kenyamanan dan suatu penyelesaian masalah yang dihadapi oleh pelanggan.

Bukti Langsung (*Tangibles*)

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh dari Kantor Pos Jatiasih dimana masyarakat sudah merasa puas dalam hal ini karena untuk kondisi lingkungan di halaman dan ruang pelayanan sudah cukup bersih dan nyaman bagi pengguna jasa Pos Jatiasih Bekasi, lalu untuk kursi yang tersedia di ruang tunggu disini sudah mencukupi untuk kebutuhan para pelanggan yang sedang menunggu panggilan dalam hal ingin menggunakan jasa Pos Jatiasih, dan begitu pula untuk kondisi AC yang tersedia di ruang tunggu pelayanan saat ini Alhamdulillah sudah cukup berfungsi dengan baik serta sejuk dan dingin, serta tampilan interior dan eksterior di Kantor Pos Jatiasih sudah menarik dikarenakan penataan ruangan, pemilihan cat serta furniture yang tersedia dari halaman sampai ruang pelayanan sudah disusun sangat rapih, lalu untuk peralatan yang tersedia dan digunakan untuk melayani pelanggan yang datang ke Pos Jatiasih untuk menggunakan Jasa Pos ini sudah cukup untuk mendukung pelayanan, dan untuk penampilan para pegawai cukup menarik dikarenakan pegawai selalu menggunakan seragam yang sudah sesuai dengan SOP (Standar Operasional Prosedur), lalu pegawai selalu mengenakan tanda pengenal seperti *nametag* untuk menandakan sebagai pegawai Pos, dan untuk tempat parkir disini cukup aman untuk menyimpan kendaraan pengunjung maupun kendaraan driver pengiriman Pos karena sudah ada 2 orang tukang parkir yang menjaga kendaraan kita lalu untuk lahan parkir disini cukup luas untuk menyimpan sebuah kendaraan pengunjung yang berdatangan ke Pos Jatiasih ini.

Keandalan (*Reliability*)

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh dari Kantor Pos Jatiasih dimana masyarakat belum begitu merasa puas dan disisi lain masyarakat juga puas dalam hal ini karena untuk saat ini beberapa pegawai belum sepenuhnya selalu memberikan pelayanan secara maksimal kepada

pelanggan dikarenakan seringkali terlihat ketika pelanggan datang ke loket pelayanan untuk menggunakan jasa Pos akan tetapi pegawai suka tidak berada ditempat loket pelayanan, lalu untuk saat ini juga pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sudah sesuai dengan prosedur yang dijalankan dikarenakan ketika pelanggan datang ke Pos Jatiasih dari awal mau masuk ke pintu masuk saja sudah ada yang namanya seorang petugas yang selalu membantu untuk mengarahkan serta memberikan sebuah informasi ke pelanggan, dan bisa dibilang beberapa pegawai masih belum sepenuhnya mampu untuk menyelesaikan beberapa keluhan yang dihadapi oleh pelanggan dikarenakan pegawai tidak selalu paham betul apa yang menjadi sebuah keluhan yang dihadapi oleh pelanggan, serta untuk pengiriman pakatnya belum selalu tepat waktu dalam hal menggunakan pengiriman paket yang Express maupun Pos Kilat Khusus, dan begitu pula pegawai dan petugas nya cukup mempunyai pengetahuan yang mumpuni dan informatif sehingga bisa menjawab setiap pertanyaan pelanggan dikarenakan pegawai disini sudah dibekali yang namanya *knowledge product*

Daya Tanggap (Responsiveness)

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh dari Kantor Pos Jatiasih dimana masyarakat sudah merasa puas dalam hal ini karena untuk saat ini pegawai selalu bisa untuk membantu setiap menyelesaikan kesulitan yang dihadapi pelanggan misalnya seperti dalam hal ingin mendaftar untuk menggunakan jasa wesel pos dan pengiriman uang sebelum itu kami diharuskan mengisi dulu formulir yang sudah tersedia ketika kita kebingungan dalam mengisi formulir untuk menggunakan jasa dan pegawai pun siap untuk membantu dengan sepenuh hati, dan pegawai juga mampu dalam hal melayani setiap pelanggan dengan cepat sehingga pelanggan puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pegawai dan pegawai pun selalu berusaha semaksimal mungkin untuk melayani pengunjung yang selalu berdatangan, lalu pegawai dapat menangani setiap keluhan pelanggan dengan baik dan benar dikarenakan pegawai disini selalu mengutamakan kepentingan sebuah pelanggan terlebih dahulu, serta pegawai sudah menciptakan komunikasi yang baik dengan pelanggan selama bertransaksi di loket pelayanan, dan pegawai pun cukup merespon dengan sebaik mungkin terhadap pelanggan apabila pelanggan telah mengalami

sebuah keluhan selama bertransaksi serta menggunakan jasa dan pegawai pun selalu membantu keluhan yang dihadapi pelanggan dengan sepenuh hati.

Jaminan (Assurance)

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh dari Kantor Pos Jatiasih dimana masyarakat belum begitu merasa puas dan disisi lain masyarakat juga puas dalam hal ini karena untuk saat ini pelanggan cukup merasa aman dan percaya selama bertransaksi di Kantor Pos Jatiasih ini dikarenakan ketika kami mengirim barang lewat paket dan disini sudah ada yang namanya asuransi yang selalu *cover* semua kiriman dari pelanggan, lalu selama saya menggunakan jasa Pos untuk mengirim barang lewat kiriman paket saya belum pernah mengalami kehilangan atau kerusakan barang pada saat barang akan dikirim ke tujuan dikarenakan pegawai disini selalu teliti dalam menerima paket dari kita yang akan dikirim ke alamat tujuan yang kita inginkan, serta pegawai nya disini cukup mampu serta informatif dalam hal menjawab setiap pertanyaan dari pelanggan, dikarenakan untuk saat ini beberapa pegawai belum sepenuhnya mampu dalam memberikan informasi secara jelas dan mudah dipahami dikarenakan seringkali terlihat pegawai suka lambat dalam memberikan sebuah informasi ke pengunjung.

Empati (Empathy)

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh dari Kantor Pos Jatiasih dimana masyarakat belum begitu merasa puas dan disisi lain masyarakat juga puas dalam hal ini karena untuk saat ini pegawai selalu memberikan perhatian yang baik ke saya dikarenakan pegawai selalu membantu saya ketika lagi merasa kebingungan dalam mengisi formulir misalnya seperti untuk penggunaan jasa pengiriman uang serta wesel Pos, lalu pegawai disini selalu mengutamakan kepentingan pelanggan terlebih dahulu agar pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pegawai dikarenakan pegawai disini selalu nomor 1 kan pelanggan dan melayani pelanggan dengan secepat mungkin ketika ingin menggunakan jasa nya di loket pelayanan Pos Jatiasih ini, serta untuk saat ini bisa dibilang beberapa pegawai itu belum selalu

bersikap sopan dan ramah pada setiap pelanggan yang datang ke Pos Jatiasih ini, dan begitu pula petugas keamanan disini selalu mengayomi dan selalu memberikan arahan sesuai prosedur terhadap pengunjung dan selalu disiplin juga dalam bekerja untuk melayani pengunjung yang selalu berdatangan ke Pos Jatiasih dengan sepenuh hati, lalu petugas keamanan pun disini cukup informatif dalam memberikan sebuah informasi tentang layanan jasa atau *product* yang dimiliki Pos Jatiasih.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya mengenai Kualitas Pelayanan Pada Kantor Pos Cabang Jatiasih Kota Bekasi dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut. *Pertama*, Bukti Langsung (*Tangibles*) bahwa dimensi ini dirasakan oleh masyarakat sudah baik dan merasa puas dengan kebersihan kondisi lingkungan, kursi yang tersedia mencukupi kebutuhan di dalam ruang tunggu, AC (*Air Conditioning*) di dalam ruangan berfungsi dengan baik, tampilan serta interior menarik, peralatan yang digunakan mendukung pelayanan, penampilan para pegawai menarik, pegawai selalu mengenakan tanda pengenal yang jelas, dan juga tempat parkir yang ada sudah cukup aman untuk menyimpan kendaraan.

Kedua, Keandalan (*Reliability*) bahwa dimensi ini dirasakan oleh masyarakat sudah baik dan merasa puas dan disisi lain juga masyarakat belum begitu merasa puas karena pegawai belum sepenuhnya selalu memberikan pelayanan secara maksimal kepada pelanggan dikarenakan seringkali terlihat ketika pelanggan datang ke loket pelayanan akan tetapi pegawai suka tidak berada ditempat loket pelayanan, pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan prosedur, beberapa pegawai masih belum sepenuhnya mampu untuk menyelesaikan beberapa keluhan yang dihadapi oleh pelanggan dikarenakan pegawai tidak selalu paham betul apa yang menjadi sebuah keluhan yang dihadapi oleh pelanggan, pengiriman paket yang dilakukan belum selalu tepat waktu dalam hal pengiriman paket yang Express maupun Pos Kilat Khusus, dan juga pegawai mempunyai pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan.

Ketiga, Daya Tanggap (*Responsiveness*) bahwa dimensi ini dirasakan oleh masyarakat sudah baik dan

merasa puas karena pegawai selalu bersedia membantu menyelesaikan kesulitan pelanggan, pegawai mampu melayani pelanggan dengan cepat, pegawai dapat menangani keluhan pelanggan dengan baik, pegawai dapat menciptakan komunikasi yang baik dengan pelanggan, dan juga pegawai dapat merespon dengan baik apa yang jadi keluhan pelanggan.

Keempat, Jaminan (*Assurance*) bahwa dimensi ini dirasakan oleh masyarakat sudah baik dan merasa puas dan disisi lain masyarakat juga belum begitu puas karena pegawai membuat pelanggan merasa aman selama bertransaksi, jaminan ganti rugi kepada pelanggan apabila terjadi kehilangan, pegawai mampu menjawab setiap pertanyaan pelanggan, dan juga beberapa pegawai belum sepenuhnya mampu dalam memberikan informasi secara jelas dan mudah dipahami dikarenakan seringkali terlihat pegawai suka lambat dalam memberikan sebuah informasi ke pengunjung.

Kelima, Empati (*Empathy*) bahwa dimensi ini dirasakan oleh masyarakat sudah baik dan merasa puas dan disisi lain masyarakat juga belum begitu puas karena pegawai memberikan perhatian baik secara personal atau individu, pegawai selalu mengutamakan kepentingan pelanggan, beberapa pegawai belum selalu bersikap sopan dan ramah pada setiap pelanggan yang datang ke Pos Jatiasih ini, petugas keamanan selalu membantu apabila pelanggan membutuhkan jasa, dan juga petugas keamanan dapat memberikan informasi kepada pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

American Marketing Association (AMA) yang dikutip oleh Philip Kotler dan Keller Kevin Lane yang diterjemahkan oleh Bob Sabran. 2009.

Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta Rajawali Pers.

Catur, Rismiati E dan Ig Bondan Suratno. 2001. *Pemasaran Barang Dan Jasa*. Cetakan Pertama. Penerbit Kanisius. Yogyakarta.

Dantes, Nyoman. 2012. *Metode Penelitian*. Yogyakarta. Andi.

Daryanto dan Ismanto Setyobudi. 2014. *Konsumen Dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta. Penerbit Gava Media.

- Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Sari Kuliah. Bandung. Satu Nusa. Daryanto. 2013. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Cetakan II. Januari 2013. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera. Bandung.
- Dp. Kotler Philip dkk. 2012. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Buku Dua. Edisi Pertama. Andy Yogyakarta.
- Dwi Sari Astika. "Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Manajemen Laba", Jurnal Akuntansi, Universitas Dian Nuswantoro (2014) h.3-4 <https://bisnis.tempo.co> diakses pada tanggal 16 Januari 022 pukul 16.00
https://id.wikipedia.org/wiki/Pos_Indonesia diakses pada tanggal 16 Januari 2022 pukul 16.00 <https://www.posindonesia.co.id/en/content/sejarah-pos>
- Gaman, P. M., & Sherrington, K. B. (1996). *The Science of Food*. (4th ed). Oxford. Butterworth Heinemann.
- Gaspersz, Vincent. 2011. *Ekonomi Manajerial (Managerial Economics): Landasan Analisis Dan Strategi Bisnis Untuk Manajemen Perusahaan Dan Industri*. Edisi Revisi. Cetakan Kedelapan. Jakarta. Percetakan Penebar Swadaya.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamdani dan Rambut Lupiyoadi. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta. 2009.
- Hamid, Ahmad dan Mukhlis Yunus, Sulaiman, "Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Pegawai dan Dampaknya Terhadap Kinerja Dinas Pertanian dan Peternakan Kabupaten Bireuen". Jurnal Manajemen Pascasarjana. Universitas Syiah Kuala. Banda Aceh. Vol. 4, No. 4. ISSN 2302-0199 (November, 2015) h.3
- Heizer, Jay dan Barry Render. (2015). *Operations Management (Manajemen Operasi)*. ed 11. Penerjemah Dwi Anoe-grahwati S dan Indra Almahdy. Salemba Empat. Jakarta.
- Husein, Umar. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Edisi 11. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.
- Juniarso Ridwan dan Achmad Sodik Sudrajat, *Hukum Administrasi Negara dan Kebijakan Pelayanan Publik*, (Bandung: Nuansa, 2009), h. 17-18.
- Kotler dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13. Jilid I. Erlangga. Jakarta.
- Kotler dan Keller 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta. Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2012. *Marketing Management*. 14th. Person Education. Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta. Erlangga.
- Kotler Philip, Gary Amstrong. 2014. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid I. Jakarta. Erlangga.
- Kotler, Philip. 2004. *Marketing Management*. The Millenium Edition. Englewood Cliffs. New

Jersey. Prentice Hall.

Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta. Salemba Empat.

Mauludin, Hanif. 2010. *Marketing Research: Panduan Bagi Manajer, Pimpinan Perusahaan Organisasi*. Jakarta. Elex Media Komputindo.

Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Edisi Pertama. Yogyakarta. Andi.

Sedarmayanti. *Good Governance (Kepemerintahan yang Baik) Bagian Kedua: Membangun Manajemen Sistem Kinerja Guna Meningkatkan Produktivitas Menuju Good Governance (Kepemerintahan yang Baik)*. (Bandung : Mandar Maju, 2004) h.78

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Penerbit CV Alfabeta. Bandung.

Surjadi, *Pengembangan Kinerja Pelayanan Publik*. (Bandung: Refika Aditama, 2012) h.7

Syakkroza, Akhmad, *Corporate Governance, Sejarah dan Perkembangan, Teori, Model dan Sistem Governance Serta Aplikasinya dan Pada Perusahaan BUMN*. (Jakarta: Lembaga Penerbitan FEUI, 2008) h.48

Tjiptono, Fandy. 2012. *Pemasaran Jasa*. CV Andi Offset. Yogyakarta.

Wahyudin Zarkasyi, *Good Corporate Governance*, (Bandung: Alfabeta, 2008) h.35