

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Salah satu fungsi utama pemerintah adalah fungsi pelayanan masyarakat / *Public Service Function*. Oleh karena itu, kehadiran birokrasi pemerintah mutlak diperlukan dalam penyelenggaraan pelayanan publik. Pemerintah memiliki kewajiban menyediakan barang dan jasa yang diperlukan oleh masyarakat luas, baik melalui birokrasinya maupun melalui Badan Usaha Milik Negara (BUMN).

Peran pemerintah melalui BUMN sesuai dengan amanat UUD 1945 pasal 33 Ayat 2 yang menyebutkan cabang-cabang produksi yang penting bagi negara dan menguasai hajat hidup orang banyak dikuasai oleh negara. Hal ini berarti penguasaan Negara atas cabang-cabang produksi tersebut diwujudkan dalam bentuk perusahaan negara / BUMN. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1969, BUMN adalah seluruh bentuk usaha negara yang modal seluruhnya atau sebagian dimiliki oleh negara/ pemerintah dan dipisahkan dari kekayaan negara. Pengertian ini diperkuat dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 Tentang BUMN, yang dimaksud BUMN adalah badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh negara melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan negara yang dipisahkan.

Di Indonesia, seperti halnya negara-negara lain, BUMN masih menjadi salah satu penggerak ekonomi. Tujuan Pendirian BUMN antara lain untuk menciptakan lapangan pekerjaan, pengembangan daerah, merintis sektor yang belum dimasuki swasta, menyediakan fasilitas semi publik. Ringkasnya, tujuan BUMN adalah memaksimalkan kesejahteraan rakyat serta memaksimalkan tujuan tertentu termasuk kemungkinan memperoleh keuntungan maksimal (Hamid dan Anto dalam Akadun, 2007 : 33).

Pembahasan tentang kinerja BUMN dirasa relevan bila dikaitkan dengan kinerja sektor publik karena BUMN selain mempunyai fungsi komersial untuk mencari keuntungan sehingga memberi sumbangan bagi pendapatan negara juga mempunyai fungsi non komersil sebagai *agent of development* yaitu pemacu perkembangan ekonomi.

Sebelum era reformasi, sudah menjadi rahasia umum bahwa kinerja BUMN cenderung birokratis serta rendah profesionalismenya. BUMN lebih menonjolkan citra sebagai lembaga birokrasi dari pada sebuah badan usaha yang wajib memperoleh keuntungan. Ada beberapa situasi yang membawa BUMN pada kerugian sehingga akhirnya harus mendapatkan subsidi dari pemerintah, selain itu fungsi BUMN sebagai *agent of development* terkadang membuat BUMN kehilangan misi bisnisnya.

Era reformasi dewasa ini membawa banyak perubahan termasuk pada sektor pelayanan publik. Semakin pandainya masyarakat dalam menilai kualitas suatu layanan menuntut aparat birokrasi bekerja dengan cepat, tepat, bersih, jujur, serta bertanggungjawab. Untuk itu diperlukan juga peningkatan

kemampuan aparat serta peningkatan pelayanan publik sehingga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap aparat birokrasi.

PT. Pos Indonesia adalah organisasi publik yang sangat vital keberadaannya bagi masyarakat Indonesia karena merupakan penyedia layanan komunikasi bagi masyarakat. Cikal bakal BUMN ini adalah ketika Gubernur Jenderal G.W. Baron van Imhoff mendirikan Kantor Pos yang pertama di Batavia pada 26 Agustus 1746. Peranan Kantor Pos kian penting dan berkembang dengan ditemukannya teknologi telegraf dan telepon, sehingga dibentuk Jawatan Pos, Telepon dan Telegraf (PTT) pada 1907. Setelah melewati masa penjajahan Belanda dan Jepang, barulah pada 27 September 1945 didirikan secara resmi Jawatan PTT Republik Indonesia. Tahun 1961 namanya diubah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Tahun 1965 diubah menjadi PN Pos dan Giro. Selanjutnya, pada tahun 1978 ganti nama menjadi Perusahaan Umum (Perum) Pos dan Giro. Akhirnya, sejak 20 Juni 1995, statusnya naik menjadi persero dan namanya pun kini telah diganti menjadi PT Pos Indonesia ([www.indonesianewsonline.com](http://www.indonesianewsonline.com)).

Perubahan status tersebut dilakukan dalam rangka penyesuaian menghadapi dunia usaha yang semakin luas berkompetisi yang membutuhkan kedinamisan dari sebuah badan usaha agar mampu mengembangkan pelayanan publik yang berkualitas. Perubahan tersebut merupakan momen yang tepat bagi PT. Pos Indonesia untuk melakukan reformasi total dalam organisasinya dan meningkatkan pelayanan publik yang lebih inovatif dan

berkualitas agar tidak ditinggalkan oleh masyarakat pengguna layanan mengingat semakin banyaknya pesaing PT. Pos Indonesia dari pihak swasta. Pelayanan yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia hendaknya lebih berorientasi kepada pelanggan sesuai dengan semboyan PT. Pos Indonesia yaitu " Untuk Anda Kami Ada".

Sebagai BUMN yang bergerak di bidang pelayanan jasa lalu lintas berita, uang serta barang dengan jaringan yang begitu luas dan tersebar diseluruh tanah air, kelangsungan hidup PT. Pos Indonesia sangat tergantung dari bagaimana kepercayaan pelanggan dalam menggunakan pelayanan jasanya. Oleh sebab itu, kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan harus menjadi prioritas dari PT. Pos Indonesia untuk bisa tetap *survive*. Disamping itu, sebagai sebuah BUMN yang notabene juga menjalankan misi bisnis, pelayanan publik yang baik akan membawa keuntungan bagi PT. Pos Indonesia dari sisi pendapatan, semakin besar kepercayaan masyarakat dalam menggunakan jasa layanan PT. Pos Indonesia maka akan semakin besar pendapatan yang diperoleh untuk memenuhi target yang ada. Pendapatan tersebut digunakan untuk tetap *survive* tanpa harus banyak bergantung pada pemerintah, karena bagaimanapun PT. Pos Indonesia harus menghidupi beribu karyawan dan memutar kehidupan organisasinya agar tetap eksis dan memberikan pelayanan publik yang lebih baik.

Namun dalam pelaksanaan dan perkembangannya, kelangsungan hidup PT. Pos Indonesia banyak dipertanyakan oleh masyarakat. Bagaimana PT. Pos Indonesia bisa bertahan dalam memberikan jasa pelayanan ditengah maraknya

persaingan jasa pengiriman oleh pihak swasta serta semakin canggihnya teknologi yang menyebabkan terancamnya kedudukan PT. Pos Indonesia sebagai penyedia jasa layanan lalu lintas uang, berita, dan barang. Untuk itu PT. Pos Indonesia perlu melakukan inovasi-inovasi baru melalui pengembangan produk layanan dalam rangka meningkatkan pelayanan pada publik agar tidak tergusur oleh para pesaingnya.

Selama ini kinerja PT. Pos Indonesia memang masih perlu diperbaiki. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya keluhan yang datang dari para pengguna jasa layanan seperti masalah keterlambatan pengiriman surat atau barang, kerusakan atau kehilangan barang kiriman, sikap petugas yang kurang ramah, serta biaya yang tidak seragam. Fenomena semacam ini seperti yang dialami oleh seorang pengguna jasa PT. Pos Indonesia yang mengalami kerugian karena keterlambatan paket yang dikirimkan lewat kilat khusus. Secara lengkap kejadian tersebut dijelaskan sebagai berikut :

”.....karena pentingnya dokumen tersebut sekaligus membutuhkan kecepatan dan ketepatan waktu sampai dokumen tersebut maka saya memilih mengirimkan dokumen dengan paket KILAT KHUSUS. Paket ini tepat dikirimkan pada tanggal 22 Januari 2008 pukul 11.39. Akan tetapi sampai hari sabtu tanggal 26 Januari 2008 paket kiriman kilat khusus yang saya kirim belum diterima alamat di Medan, sementara di alamat tersebut sudah disiagakan orang untuk menanti paket kiriman yang harus segera diproses itu. Baru pada hari senin tanggal 28 Januari 2008 jam 11.20 paket tersebut diterima di tempat. Akan tetapi kegunaan dokumen sudah tidak dibutuhkan dan saya harus menanggung kerugian atas ketidaktepatan waktu pengiriman dokumen.”

([www.mediakonsumen.com](http://www.mediakonsumen.com))

Kemudian seorang pengguna jasa PT. Pos Indonesia mengeluhkan tentang ketidakpastian biaya pengiriman karena adanya pungutan yang tidak semestinya. Secara lengkap kejadian tersebut dijelaskan sebagai berikut :

”.....saya tanya berapa biayanya, dan petugas menjawab 5000 per paket, padahal minggu sebelumnya saya mengirim paket untuk wilayah yang sama hanya 4300. itu saja saya masih bingung dengan tulisan di bukti pengiriman, ada tulisan PPn 1% kok yang tertulis jumlahnya PPn 10%. Apalagi tarif perpaketnya sekarang 5000 dengan rincian berat timbangan 65 gr (4400) disama ratakan.....”

([www.mediakonsumen.com](http://www.mediakonsumen.com))

Dari contoh kejadian diatas, dapat terlihat bahwa pelayanan publik yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia masih perlu diperbaiki dan ditingkatkan lagi. Kejadian diatas merupakan salah satu contoh faktor yang menyebabkan PT. Pos Indonesia mulai ditinggalkan pelanggan dan jika hal ini dibiarkan terus menerus maka bukan tidak mungkin pelanggan PT. Pos Indonesia akan beralih pada jasa pengiriman swasta.

Disamping itu, perkembangan teknologi yang begitu pesatnya juga merupakan salah satu faktor yang mengancam eksistensi PT. Pos Indonesia sebagai penyedia jasa lalu lintas uang, berita dan barang. Misalnya saja maraknya teknologi Handphone dan internet dengan layanan SMS (*Short Message Service*) dan e-mail (*Electronic Mail*). Hanya dengan biaya 0-350 rupiah orang sudah bisa berkomunikasi dengan siapapun, kapanpun, dan dimanapun dengan waktu yang relatif cepat. Hal ini tentu saja menggeser peran surat sebagai sarana komunikasi dimana diperlukan waktu paling tidak 2 sampai 4 hari untuk sampai pada penerima.

Faktor di atas jika tidak disikapi dengan bijak oleh PT Pos Indonesia maka dapat membawa PT. Pos Indonesia ke ambang kehancuran karena bisa ditinggalkan oleh konsumennya. Padahal sebagai BUMN PT. Pos Indonesia memiliki kelebihan dibandingkan pesaing-pesaingnya yaitu luasnya jaringan

yang dimiliki oleh PT. Pos Indonesia. Sampai saat ini saja, untuk wilayah nusantara terdapat 4104 kantor pos dengan titik layanan hampir 30.000 tempat. Masih ditambah dengan terminal pos keliling kota 1386 buah dan terminal keliling desa yang mencapai 10.363 buah. PT. Pos Indonesia juga memiliki armada sepeda motor 7877 unit, mobil 1738 unit, bus 227 unit, becak 9 buah dan perahu 10 buah. Perahu sendiri biasa digunakan untuk pelayanan di daerah terpencil. Jadi bisa dikatakan dari segi cakupan layanan, PT. Pos Indonesia sudah bisa mencakup semua wilayah di tanah air. ([www.indonesianewsonline.com](http://www.indonesianewsonline.com))

Kantor Pos Besar Surakarta adalah penyedia jasa layanan yang bergerak di bidang pelayanan jasa lalu lintas berita, uang serta barang yang ada di Surakarta. Kantor Pos Besar Surakarta merupakan pelaksana tugas dari PT. Pos Indonesia yang ada di tingkat Kota. Kendala yang terjadi pada PT. Pos Indonesia pada umumnya, juga terjadi di Kantor Pos Besar Surakarta. Maraknya persaingan dan berkembangnya teknologi membuat Kantor Pos Besar Surakarta tergeser kedudukannya.

Sama halnya dengan pelayanan di kantor pos lain, pelayanan di Kantor Pos Besar Surakarta juga masih perlu ditingkatkan karena masih ada saja pengguna jasa yang mengeluh tentang pelayanannya. Seperti yang diungkapkan oleh salah satu pengguna jasa Kantor Pos Besar Surakarta berikut ini :

”Waktu itu saya bermaksud mengambil paket pos di Kantor Pos Besar Surakarta, karena tidak tahu kemana harus mengambil, saya bertanya pada customer service, waktu saya datang CS sedang menelpon, tanpa menghiraukan kehadiran saya CS itu masih saja menelpon. Karena tidak

dipersilahkan duduk, saya terus berdiri dan menunggu CS itu menelpon sampai selesai, kira-kira 4 atau 5 menit. Setelah selesai menelpon, CS itu menyuruh saya duduk dengan nada ketus dan agak sedikit jengkel karena mungkin merasa terganggu”.(wawancara, 18 Oktober 2008)

Selain itu, keluhan juga disampaikan oleh pengguna jasa Kantor Pos Besar Surakarta yang merasa tidak mendapatkan pelayanan dengan baik seperti berikut ini :

”Saya mengirim lamaran pekerjaan dengan kilat khusus di Kantor Pos Besar Surakarta , setelah semua prosesnya selesai saya baru sadar kalau alamat yang saya tulis ternyata salah. Saya kembali lagi ke petugas yang menangani kilat khusus dan mengatakan kalau alamat yang saya tulis salah, lalu petugas dengan ketus mengatakan kalau pengiriman harus dibatalkan dan saya harus membayar lagi. Lebih parahnya lagi petugas itu tidak mencarikan surat yang akan saya ambil tapi malah menyuruh saya masuk ke belakangnya dan mencari surat saya sendiri”(Wawancara, 10 Oktober 2008)

Dua kejadian diatas memperlihatkan bahwa masih banyak sendi yang harus dibenahi oleh Kantor Pos Besar Surakarta untuk memuaskan pengguna jasa jika tidak mau ditinggalkan oleh pengguna jasa.

Selain itu perkembangan teknologi dan maraknya persaingan pada kenyataannya juga berpengaruh pada turun naiknya penggunaan jasa layanan di Kantor Pos Besar Surakarta. Berikut ini tabel prosentase kenaikan dan penurunan jasa PT. Pos Indonesia Kantor Pos Besar Surakarta yang digunakan oleh konsumen :



**Tabel 1.1**

**Penggunaan Produk Layanan Jasa Kantor Pos Besar Surakarta  
oleh Konsumen Antara Tahun 2007 dan 2008**

No	Jenis Layanan	Tahun 2007	Tahun 2008	Penurunan	Kenaikan
1	Surat Standar	759313	162973	64,7%	-
2	Kilat Khusus	278977	333198	-	8,9%
3	Paket Pos Biasa	29637	54698	-	29,7%
4	Paket Pos Khusus	6083	5908	1,5%	-
5	PP Biasa LN	133	252	-	30,9%
6	EMS (dokumen)	1681	1790	-	3,3%
7	EMS (barang)	1007	1256	-	11,1%
8	Wesel Pos Standar	807	205	59,5%	-
9	Wesel Pos Instan	460	3359	-	75,9%
10	Wesel Pos Prima	16247	14709	4,9%	-
11	Wesel Pos Bayar Ditempat	9678	13084	-	14,9%
12	Western Union	41	65	-	1,5%
13	SOPP	689841	988442	-	17,4%

Sumber : Bagian Statistik Kantor Pos Besar Surakarta

Gambaran dari tabel diatas memperlihatkan bahwa beberapa produk mengalami penurunan, penurunan tertinggi dialami oleh produk surat biasa dan wesel pos biasa, ini karena produk-produk standar dari Kantor Pos Besar Surakarta memang kalah bersaing dengan layanan swasta dan kemudahan teknologi. Hal ini membuat Kantor Pos Besar Surakarta harus selalu membuat terobosan baru dalam rangka meningkatkan pelayanan publik untuk memenuhi harapan konsumen. Jika posisi surat sudah sedikit tergantikan oleh sms dan e-mail dan pengiriman paket sudah mulai dirambah oleh sektor swasta, maka Kantor Pos Besar Surakarta harus mengembangkan produk layanannya untuk dapat lebih baik lagi agar dapat terus eksis. Misalnya saja pengembangan bisnis surat yang pada awalnya pengirimannya memakan waktu lama agar bisa lebih cepat sampai pada tujuan, selain itu rencana yang

akan dikembangkan oleh Kantor Pos Besar Surakarta yaitu kerjasama dengan PDAM kota Surakarta melalui layanan pembayaran online rekening air. (Suara Merdeka, 28 Agustus 2008)

Sebenarnya peluang pengembangan usaha bagi Kantor Pos Besar Surakarta masih sangat terbuka lebar, mengingat tingginya potensi wilayah surakarta karena semakin berkembangnya daerah industri dan pengembangan wilayah pemukiman yang berkembang pesat dari tahun ke tahun. Tetapi potensi yang besar tersebut perlu digali dan diupayakan terus menerus oleh Kantor Pos Besar Surakarta, karena tanpa upaya yang optimal hal itu akan sulit terwujud. Salah satu cara yang dapat dilaksanakan adalah pengembangan produk layanan.

Pengembangan produk yang dilaksanakan oleh Kantor Pos Besar Surakarta sangat beragam. Misalnya produk standar berupa suratpos, wesel, dan paket sekarang sudah dikembangkan dalam berbagai pilihan waktu tempuh, tentunya dengan biaya kirim yang berbeda. Selain itu pengembangan bisa dilihat dari proses layanan, yang semula masih menggunakan cara manual sekarang sebagian besar sudah berbasis teknologi (IT). Begitu juga pengembangan dengan menambahkan produk baru yang dibutuhkan konsumen yang sebelumnya tidak ada.

Dari semua pengembangan produk yang ada, dengan berbagai pertimbangan antara lain jumlah pengguna layanan produk, tingkat ketertarikan masyarakat terhadap produk, serta adanya persaingan dengan produk lain, maka penelitian ini difokuskan untuk melihat bagaimana

pengembangan tiga produk yaitu produk Suratpos, Weselpos, serta SOPP. Hal ini senada dengan yang diungkapkan Bapak Seno Aji, Supervisor Pemasaran Korporat :

”Pengembangan produk layanan yang dilaksanakan oleh PT. Pos Indonesia (Persero) sangat banyak dan beragam, terlalu banyak untuk dikaji satu persatu. Tetapi dari semua pengembangan tersebut ada beberapa yang paling ”kelihatan” baik dari segi layanan, minat konsumen, dan pengguna yaitu SOPP untuk kategori produk yang baru diciptakan, Suratpos untuk kategori produk yang diperbaiki, dan weselpos untuk kategori produk yang dimodifikasi. Ketiga produk itu sudah cukup mewakili bagaimana pengembangan produk yang dilakukan PT. Pos Indonesia (Persero)”  
(Wawancara, 25 November 2008)

Ketiga produk ini harus selalu dikembangkan dari waktu ke waktu untuk dapat menyesuaikan dengan kebutuhan pelanggan dan untuk menghadapi persaingan global. Pengembangan ketiga produk tersebut penting untuk dilakukan karena suatu organisasi yang dapat menghasilkan produk dan layanan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat lebih *survive* dan terus dicari oleh pelanggan. Untuk itu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengembangan produk layanan yang dilakukan oleh Kantor Pos Besar Surakarta dalam rangka meningkatkan pelayanan publik.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut :

”Bagaimana pengembangan produk layanan yang dilakukan oleh Kantor Pos Besar Surakarta dalam rangka meningkatkan pelayanan publik?”

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengembangan produk layanan yang dilakukan oleh PT. Pos Indonesia Kantor Pos Besar Surakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh pengembangan produk layanan terhadap peningkatan pelayanan publik di Kantor Pos Besar Surakarta.
3. Untuk memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar kesarjanaan pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.

## **D. Manfaat Penelitian**

1. Secara Teoritis, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan kajian lebih lanjut bagi pihak-pihak yang akan mengadakan penelitian sejenis.
2. Secara Praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan pertimbangan dalam pembuatan keputusan yang berhubungan dengan peningkatan pelayanan publik serta pengembangan produk layanan PT. Pos Indonesia Kantor Pos Besar Surakarta.

## **E. Landasan Teori**

Pada dasarnya, landasan teori sangat penting untuk menjelaskan fenomena yang akan diteliti. Teori memberikan dukungan kepada penelitian dan sebaliknya penelitian memberikan kontribusi kepada teori. Maka dalam penelitian ini akan dijabarkan serangkaian teori yang relevan dengan penelitian.

### **1. Pengertian Pelayanan Publik.**

Pengertian pelayanan menurut H.A.S Moenir (1998 : 16-17) adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung. Sedangkan menurut KEPMENPAN Nomor 81 Tahun 1993 Pelayanan adalah suatu bentuk kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah baik di pusat, di daerah, BUMN dan BUMD dalam bentuk barang maupun jasa dalam rangka pemenuhan kebutuhan masyarakat sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Dari pengertian di atas dapat diketahui bahwa di dalam setiap kegiatan pelayanan terdapat dua pihak yang saling berhubungan, yaitu pihak penerima layanan dan pihak yang menyediakan layanan.

Selanjutnya pelayanan publik menurut KEPMENPAN NO. 63/KEP/M.PAN/7/2003 adalah segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan maupun pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Menurut Ratminto & Atik Septi Winarsih (2007 : 5) Pelayanan publik atau pelayanan umum dapat didefinisikan sebagai :

”Segala bentuk jasa pelayanan, baik dalam bentuk barang publik maupun jasa publik yang pada prinsipnya menjadi tanggungjawab dan dilaksanakan oleh instansi pemerintah di pusat, di daerah, dan dilingkungan Badan Usaha Milik Negara atau Badan Usaha Milik Daerah, dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan perundang-undangan”.

H.A.S Moenir (1998 : 26-27) mendefinisikan pelayanan umum adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor materiil melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai haknya.

Lijan Poltak Sinambela, dkk (2006 : 5) mendefinisikan pelayanan publik adalah pemenuhan keinginan dan kebutuhan masyarakat oleh penyelenggara negara. Negara didirikan oleh publik (masyarakat) tentu saja dengan tujuan agar dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Pelayanan juga sering dikaitkan dengan jasa, bahkan ada yang menyamakan istilah pelayanan dengan jasa. Dalam hal ini Fandy Tjiptono ( 2000 : 6) menyatakan bahwa jasa merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Sedangkan Philip Kotler dan Alan R. Andrian (1995 : 541) merumuskan jasa sebagai :

”Setiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip intangibel dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksinya bisa dan bisa juga tidak terikat pada suatu produk fisik”.

Menurut Vincent Gaspersz (2002 : 70-71) terdapat sejumlah kriteria yang mencirikan pelayanan sekaligus membedakannya dengan barang, yaitu :

1. Pelayanan merupakan output tak berbentuk (*Intangible Output*)
2. Pelayanan merupakan output variabel, tidak standar.
3. Pelayanan tidak dapat disimpan dalam inventori, tetapi dapat dikonsumsi dalam produksi.
4. Terdapat hubungan langsung yang erat dengan pelanggan melalui proses pelayanan.
5. Pelanggan berpartisipasi dalam proses memberikan layanan.
6. Keterampilan personel "diserahkan" atau diberikan secara langsung pada pelanggan.
7. Pelayanan tidak dapat diproduksi secara massal.
8. Membutuhkan pertimbangan pribadi yang tinggi dari individu yang memberikan pelayanan.
9. Perusahaan jasa pada umumnya bersifat padat karya.
10. Fasilitas pelayanan berada dekat lokasi pelanggan.
11. Pengukuran efektivitas pelayanan bersifat subyektif.
12. Pengendalian kualitas terutama dibatasi pada pengendalian proses.
13. Option penetapan harga adalah lebih rumit.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan publik atau pelayanan umum adalah aktivitas yang dilaksanakan oleh pemberi layanan baik dalam bentuk penyediaan barang atau jasa yang ditujukan pada penerima layanan dalam rangka memenuhi kebutuhan penerima layanan.

Terkait dengan adanya pelayanan umum tersebut, setiap manusia pasti akan membutuhkan pelayanan. Sebagaimana diungkapkan oleh H.A.S Moenir (1998 : 16) bahwa orang mendapatkan pelayanan sebagaimana layaknya merupakan suatu hak. Hak ini merupakan hak ikutan Hak asasi manusia, karena jenis hak ini melekat pada diri manusia tanpa terkecuali.

Selanjutnya ia berpendapat bahwa ada 3 faktor penyebab yang bersifat ideal mendasar yang menyebabkan timbulnya pelayanan umum, yaitu :

1. Adanya rasa cinta dan kasih sayang;
2. Adanya keyakinan untuk saling tolong menolong sesamanya ;
3. Adanya keyakinan bahwa berbuat baik kepada orang lain adalah salah satu bentuk amal saleh (1998 :12).

Tanpa landasan ketiga faktor tersebut, tidak akan timbul kesadaran terhadap kepentingan orang lain dan sebagai akibat layanan yang dilakukan tidak akan memuaskan dan juga sangat goyah menghadapi berbagai godaan (1998 : 16).

Seiring dengan berbagai perkembangan yang terjadi di masyarakat, kebutuhan akan pelayanan juga otomatis meningkat baik jenis maupun kegiatannya. Setiap organisasi publik yang fungsinya menyelenggarakan pelayanan publik harus selalu berupaya untuk memberikan pelayanan yang terbaik pada masyarakat. Sebagai pihak yang ingin memperoleh pelayanan yang baik dan memuaskan maka perwujudan pelayanan yang didambakan sebagaimana diungkapkan oleh H.A.S Moenir (1998 : 41-44) adalah :

1. Adanya kemudahan dalam pengurusan kepentingan dengan pelayanan yang cepat dalam arti tanpa hambatan yang kadangkala dibuat-buat.
2. Memperoleh pelayanan secara wajar tanpa gerutu, sindiran, atau untaian kata lain semacam itu yang nadanya mengarah pada permintaan sesuatu, baik dengan alasan untuk dinas ( pembelian kertas, ganti ongkos fotocopy/cetak), atau alasan untuk kesejahteraan.
3. Mendapatkan perlakuan yang sama dalam pelayanan terhadap kepentingan yang sama, tertib, tidak pandang "bulu", artinya kalau memang untuk pengurusan permohonan itu harus antri secara tertib, hendaknya semuanya diwajibkan antri, sebagaimana yang lain, baik antri secara fisik maupun antri masalahnya.
4. Pelayanan yang jujur dan terus terang, artinya apabila ada hambatan karena suatu masalah yang tidak dapat dielakkan hendaknya diberitahukan, sehingga orang tidak menunggu-nunggu sesuatu yang tidak menentu.

Kesungguhan merupakan salah satu sendi keberhasilan usaha terutama dalam hal pelayanan. Sebaliknya, pelayanan yang kurang memadai akan berakibat keengganan masyarakat untuk berhubungan dengan suatu instansi.



H.A.S Moenir (1998 : 40-41) mengemukakan kemungkinan tidak adanya layanan yang memadai antara lain karena :

1. Tidak/ kurang adanya kesadaran terhadap tugas/ kewajiban yang menjadi tanggungjawabnya. Akibatnya mereka bekerja dan melayani seenaknya (santai), padahal orang yang menunggu hasil kerjanya sudah gelisah. Akibat wajar dari ini adalah tidak adanya disiplin kerja.
2. Sistem, Prosedur, dan metode kerja yang ada tidak memadai, sehingga mekanisme kerja tidak berjalan sebagaimana mestinya.
3. Pengorganisasian tugas pelayanan yang belum serasi, sehingga terjadi simpang siur penanganan tugas, tumpang tindih (*overlapping*) atau tercecernya suatu tugas tidak ada yang menanganinya.
4. Pendapatan pegawai yang tidak mencukupi memenuhi kebutuhan hidup meskipun secara minimal. Akibatnya pegawai tidak tenang dalam bekerja, berusaha mencari tambahan pendapatan dalam jam kerja dengan cara antara lain "menjual" jasa pelayanan.
5. Kemampuan pegawai yang tidak memadai untuk tugas yang dibebankan kepadanya. Akibatnya hasil pekerjaan tidak memenuhi standar yang telah ditetapkan.
6. Tidak tersedianya sarana pelayanan yang memadai. Akibatnya pelayanan menjadi lamban, waktu banyak hilang, dan penyelesaian masalah terlambat.

Hal-hal diatas perlu menjadi perhatian bagi penyedia layanan sehingga dalam pelaksanaan tugasnya dapat dikurangi kemungkinan-kemungkinan yang menyebabkan ketidakpuasan masyarakat. Untuk itu setiap pemberi layanan harus mampu menunjukkan tekad dalam memberikan pelayanan yang lebih baik , bermutu dan berkualitas. Pelayanan dikatakan bernilai jika sudah sesuai dengan kebutuhan yang dikehendaki masyarakat. Supaya mutu dan kualitas layanan tetap terjaga dan terjamin, maka diperlukan kedekatan yang intens dengan masyarakat selaku konsumen.

Suatu organisasi publik harus selalu mengikuti perubahan, seperti yang dikutip dari Claude Rochet dan larequoi (2007, 6) :

“Managing change in the public sector is critical for two reasons: firstly, in the new growth theory framework, public institutions play a major role in building the competitive advantage of nations. Secondly, if public institutions are not able to change themselves, they would not be able to manage the global change process for the society. In this sense, change in institutions relies heavily on the ability to monitor change within public organisations.”

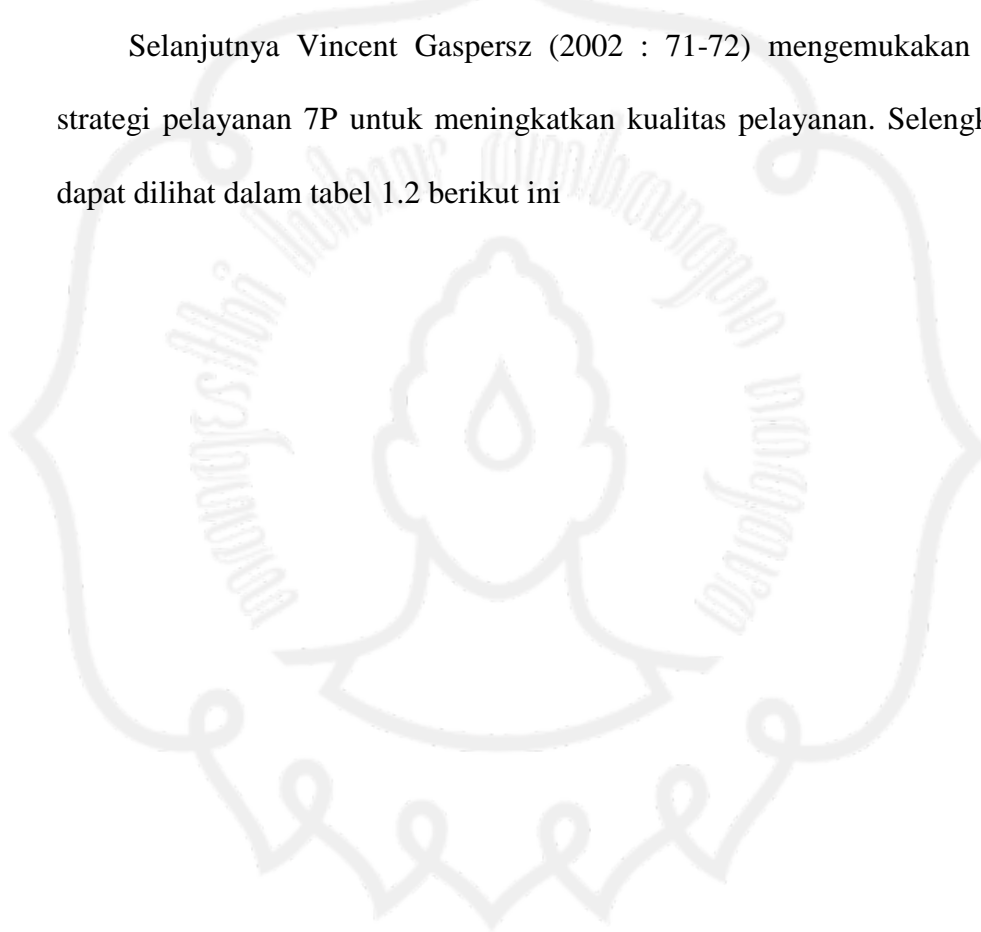
Dari sini dapat disimpulkan bahwa perubahan dalam sektor publik penting untuk dilaksanakan karena 2 alasan. Yang pertama, dalam perkembangan kerangka teori baru, instansi publik memainkan peran penting dalam membangun persaingan keuntungan dari suatu negara. Kedua, jika instansi publik tidak mampu untuk berubah, mereka tidak akan mampu untuk mengikuti perubahan dunia. Oleh karena itu, untuk memberikan pelayanan publik yang terbaik maka sektor publik juga harus terus berkembang mengikuti perubahan jaman.

Penyedia jasa perlu mengenali harapan pelanggan, menyangkut mutu dan kualitas jasa. Vincent Gaspersz ( 2002, 67-68) mengemukakan dimensi yang perlu diperhatikan dalam perbaikan kualitas jasa, antara lain :

1. Ketepatan waktu pelayanan, berkaitan dengan waktu tunggu dan waktu proses.
2. Akurasi Pelayanan, berkaitan dengan reliabilitas pelayanan dan bebas dari kesalahan.
3. Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan, terutama bagi mereka yang berinteraksi langsung dengan pelanggan eksternal, karena citra pelayanan ditentukan oleh orang-orang yang berada di garis depan yang langsung melayani pelanggan eksternal.
4. Tanggung jawab, berkaitan dengan penerimaan pesanan dan penanganan keluhan dari pelanggan eksternal.
5. Kelengkapan, menyangkut lingkup pelayanan dan ketersediaan sarana pendukung, serta pelayanan komplementer lainnya.
6. Kemudahan mendapatkan pelayanan, berkaitan dengan banyaknya outlet, petugas yang melayani serta fasilitas pendukung.

7. Variasi model pelayanan, berkaitan dengan inovasi untuk memberikan pola-pola baru dalam pelayanan, features dari pelayanan, dll.
8. Pelayanan pribadi, berkaitan dengan fleksibilitas, penanganan permintaan khusus, dll.
9. Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan, berkaitan dengan lokasi, ruangan tempat pelayanan, kemudahan menjangkau, tempat parkir, ketersediaan informasi, petunjuk, dll.
10. Atribut pendukung pelayanan lainnya, seperti lingkungan, kebersihan, ruang tunggu, fasilitas musik, AC, dll.

Selanjutnya Vincent Gaspersz (2002 : 71-72) mengemukakan model strategi pelayanan 7P untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Selengkapnya dapat dilihat dalam tabel 1.2 berikut ini



Tabel 1.2

## Model Strategi Pelayanan 7P Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan

No	Strategi Pelayanan 7P	Isu-isu manajemen kualitas
1	<i>Product</i> (produk)	ide-ide dan pengembangan produk
		variasi dan model produk
		spesifikasi kualitas produk
		pengepakan atau pembungkusan
		logo produk, merk dagang, dan persepsi publik
		pelayanan pendukung dan komplementer
		derajat pelayanan ( <i>full-service and/or self service</i> )
2	<i>Price</i> (harga)	analisis kompetitif
		strategi penetapan harga, tingkat dan perubahan harga, target pasar, dll.
		diskon, pemberian kupon berhadiah, kebijakan penjualan
		metode atau cara pembayaran
3	<i>Place</i> (tempat)	strategi dan rencana saluran distribusi
		Manajemen dan alokasi tempat pamer (penempatan produk)
		Manajemen gudang dan inventori
		derajat integrasi vertikal dan horisontal
		kebijaksanaan dan standar tingkat pelayanan
4	<i>Promotion</i> (promosi)	strategi periklanan : target pasar, media iklan, jadwal, waktu, dll
		penjualan langsung dan bersifat pribadi
		tema posisi tawar
		Manajemen dan posisi produk
5	<i>Physical Evidence</i>	tata letak fasilitas, tema, dekorasi, penerangan, service counter, kebersihan
		Penampilan dan kesehatan karyawan
		kenyamanan peralatan, reliabilitas, ketertarikan, kemudahan penggunaan, dll
		Kecocokan kapasitas eksterior seperti tempat parkir, dll.
		kredibilitas profesional
6	<i>Process Design</i>	prosedur operasi yang terperinci, manual, dan deskripsi pekerjaan
		prosedur untuk resolusi masalah pelanggan
		prosedur pelatihan sebagai bagian dari pekerjaan
		penetapan standar performansi untuk fasilitas, proses, peralatan, dan pekerjaan yang menciptakan pelayanan kepada pelanggan
		desain fasilitas dan tata letak untuk meningkatkan pergerakan item-item atau pelanggan melalui proses
7	<i>Participant</i>	pelatihan tentang ketrampilan interaksi dan resolusi masalah pelanggan
		sistem dan prosedur balas jasa karyawan
		personal selling
		prosedur partisipasi kelompok pelayan atau pribadi dan norma-norma perilaku
		ekskusi simultan dari ketrampilan interaksi pribadi dan teknikal pada titik kontak dengan pelanggan
		didukung oleh enam P lainnya di atas

Dari uraian-uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan aktivitas dari pemberi jasa berupa penyediaan barang dan jasa pada publik sebagai penerima layanan. Sebagai penyedia layanan, jika ingin terus diminati pelanggan maka harus selalu melakukan perubahan dengan mengikuti keinginan dan kebutuhan konsumen.

## **2. Pengembangan Produk Layanan**

Zulian Yamit (2004 : 100) mendefinisikan pengembangan produk (*product development*) adalah upaya perusahaan untuk senantiasa menciptakan produk baru, memperbaiki produk lama atau memodifikasi produk lama, agar selalu dapat memenuhi tuntutan pasar dan selera pelanggan.

Pengembangan produk juga dapat didefinisikan sebagai aktivitas kreatif dan merupakan lompatan imajinatif dari fakta yang ada sekarang menuju kemungkinan masa depan. Apapun bentuk strategi bisnis yang dimiliki oleh perusahaan, pengembangan produk sangat diperlukan. Misalnya, terdapat globalisasi selera konsumen, segmentasi produk dan jasa pelayanan masih diperlukan untuk melayani pelanggan. Hal ini didasari oleh perbedaan selera pelanggan, maka semakin banyak jenis produk dan jasa pelayanan yang diperlukan untuk mengatasi segmentasi pasar dan menuntut pengembangan produk harus terus dilakukan (Zulian Yamit, 2004 : 101).

Survive atau tidaknya suatu perusahaan sangat tergantung bagaimana perusahaan tersebut menyikapi perkembangan yang ada. Seperti yang dikutip dari Om Prakash Yadav dan Nanua Singh (2008, 5) :

“In today’s competitive environment, the survival of any manufacturing firm depends on its ability to identify the needs of customers, quickly

create products that can meet these needs, and produce them at low cost. This essentially makes the product development process (PD process) one of the most critical business processes that foster corporate success in today's global market environment.”

Dari kutipan diatas, dalam persaingan lingkungan sekarang pertahanan perusahaan sangat bergantung pada kemampuan untuk melihat kebutuhan dari pelanggan, kecepatan menciptakan produk yang memenuhi kebutuhan pelanggan dan penetapan harga yang rendah. Hal ini membuat pengembangan produk merupakan suatu kritik yang penting dalam proses bisnis yang dapat menyokong kesuksesan di lingkungan pasar global.

Menurut Zulian Yamit (2004 : 101) diperlukan kejelian, ketrampilan dan kejeniusan produsen dalam memenuhi keinginan pelanggan dengan melakukan pengembangan produk. Pengembangan produk dan jasa pelayanan merupakan hal yang penting karena peluang yang dimiliki oleh produk dan jasa seringkali menakjubkan.

Vincent Gaspersz ( 2002 : 146 ) menyatakan bahwa strategi-strategi fungsional suatu perusahaan didalamnya mencakup strategi pengembangan produk. Produk yang didesain secara baik yang tanggap terhadap terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan dapat menjadi suatu keunggulan strategis. Beberapa isu utama yang berkaitan dengan strategi pengembangan produk antara lain :

1. Dasar untuk keunggulan kompetitif.
2. Dibatasi oleh kemampuan sekarang.
3. Dikendalikan oleh keinginan dan kebutuhan pelanggan.
4. Menggunakan desain partisipatif.
5. Tujuan-tujuan kunci adalah : biaya, *manufacturability*, kualitas, dll.

Zulian Yamit (2004 : 105) menyatakan bahwa beberapa kecenderungan saat ini, seperti perubahan pasar, teknologi dan faktor-faktor lainnya selalu menciptakan kecenderungan baru dalam pengembangan produk dan mempunyai pengaruh serta menjadi penentu yang sangat besar terhadap jenis dan keragaman produk yang dapat dilihat pada waktu yang akan datang.

Selain itu, Zulian Yamit (2004 : 106) menyatakan bahwa ada beberapa hal yang mendorong suatu perusahaan melakukan pengembangan produk layanan, antara lain :

1. Dorongan oleh keinginan untuk menekan biaya (efisiensi) dan lebih meningkatkan kualitas produk.
2. Kemerosotan kinerja perusahaan (menurunnya omzet penjualan atau pasaran produk kurang berkembang)
3. Melemahnya bergaining position dalam menghadapi para supplier bahan baku, suku cadang, dan komponen.
4. Saingan semakin kuat dalam pemasaran produk yang sama.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pengembangan produk adalah upaya penyedia layanan untuk terus memperbaiki produk lama atau menciptakan produk baru yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin lama semakin kompleks.

Menurut Zulian Yamit (2004 : 105) Dalam era globalisasi, terdapat beberapa kecenderungan yang mungkin terjadi di bidang pengembangan produk, yaitu :

1. Proses pengembangan produk yang lebih baik , lebih canggih, lebih berkualitas, lebih murah dibandingkan dengan produk sebelumnya sebagai akibat perubahan yang begitu cepat dalam bidang teknologi.
2. Pengembangan produk dalam era globalisasi dituntut untuk menjadi unggulan dalam arti komparatif maupun daya saing. Unggul dalam bidangnya (*profesional*), kualitas produk, pengembangan desain produk, inovatif, dan kreatif.

Kecenderungan tersebut perlu diantisipasi melalui strategi pengembangan produk yang melihat perspektif secara keseluruhan baik dalam hal fasilitas produksi, sumber daya manusia, desain produk, teknologi proses, efisiensi, produktivitas, kapasitas, kecepatan respon maupun fleksibilitas.

Tahapan pengembangan produk menurut Kotler (1995 : 481-495) meliputi :

1. Pencetusan ide  
Semakin banyak ide baru yang dicetuskan suatu organisasi dan semakin banyak macamnya akan semakin besar peluang mendapatkan ide-ide yang berhasil.
2. Penyaringan ide  
Melakukan persiapan mengamati ide-ide baru dan menghilangkan hal-hal yang perlu diperhatikan lebih lanjut.
3. Pengembangan dan pengujian konsep  
Ide yang lolos penyaringan dikembangkan menjadi konsep sepenuhnya kemudian melakukan pengujian konsep dengan cara pengumpulan reaksi konsumen terhadap masing-masing konsep.
4. Formulasi strategi pemasaran  
Mengembangkan suatu konsep strategi pemasaran yang akan digunakan untuk memperkenalkan program baru tersebut pada sasaran.
5. Analisis bisnis  
Melakukan analisis bisnis tentang daya tarik produk tersebut.
6. Pengembangan penawaran  
Bila konsepnya dapat dijalankan secara finansial, organisasi dapat mulai memberikan bentuk konkret konsep tersebut.
7. Pengujian pasar  
Pengenalan penawaran dan program pemasaran terhadap situasi konsumen yang sesungguhnya untuk mengetahui seberapa tertarikkah konsumen terhadap produk tersebut..
8. Komersialisasi  
Serangkaian kegiatan yang dilakukan mengikuti rekomendasi pengujian pasar untuk menyajikan penawaran baru pada pasar.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa setiap perusahaan harus selalu mengembangkan produk layanannya agar selalu memenuhi keinginan konsumen dan memenuhi tuntutan global. Pengembangan produk sendiri



dilaksanakan sesuai dengan tahapan-tahapan yang ada secara terencana agar dapat diluncurkan dengan baik dan tepat sasaran.

#### **F. Kerangka Berpikir**

Persaingan usaha jasa pengiriman uang dan barang serta berkembang pesatnya teknologi, membuat PT. Pos Indonesia kedudukannya sedikit tergeser dan terlupakan oleh pengguna jasa, seperti halnya di Kantor Pos Besar Surakarta. Akibat dari hal ini tentu saja menurunnya pendapatan Kantor Pos Besar Surakarta, padahal sebagai sebuah perusahaan Kantor Pos Besar Surakarta harus berusaha mendapatkan keuntungan agar dapat terus *survive* dan dapat mensejahterakan pegawainya. Dewasa ini di Kota Surakarta banyak sekali bermunculan jasa pengiriman swasta yang menjanjikan waktu pengiriman yang cepat, selain itu semakin menjamurnya fasilitas ATM dan mobile banking yang mempermudah seseorang melakukan transaksi keuangan dengan orang lain, serta semakin mudahnya masyarakat mengakses internet sehingga berkomunikasi lewat dunia maya menjadi semakin mudah dan murah. Tentu saja hal ini menjadi batu sandungan bagi Kantor Pos Besar Surakarta karena jika hanya dengan produk yang itu-itu saja rasanya akan sulit untuk tetap eksis di tengah perlombaan untuk memberikan pelayanan terbaik guna merebut hati konsumen. Untuk mengatasi hal itu, maka pelayanan publik harus lebih ditingkatkan lagi agar dapat menarik minat konsumen dan menjaga agar konsumen tidak berpaling pada provider lain.

Berbagai macam cara dapat dilakukan salah satunya melalui pengembangan produk layanan. Seperti diketahui, kedudukan pengiriman jasa surat, paket dan wesel sudah sedikit tergeser oleh munculnya provider lain, hal ini dikarenakan proses yang berbelit dan waktu pengiriman yang lama. Maka mau tidak mau Kantor Pos Besar Surakarta harus berupaya mengembangkan produknya sesuai dengan harapan pelanggan dengan menganalisa apa yang dibutuhkan pelanggan. Pengembangan produk dilaksanakan dengan cara :

1. Menciptakan produk baru
2. Memperbaiki produk lama
3. Memodifikasi produk lama (Zulian Yamit (2004 : 100)).

Produk yang awalnya standar dan kurang diminati konsumen karena tidak memiliki nilai lebih, bisa diperbaiki ataupun dimodifikasi menjadi produk yang lebih baik lagi. Begitu juga penciptaan produk yang benar-benar baru yang sebelumnya tidak ada tetapi sebenarnya diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen. Pengembangan produk yang dilaksanakan sangat beragam, tetapi berdasarkan data pra survey dapat dilihat tiga produk untuk masing-masing point diatas, tiga produk tersebut adalah SOPP untuk kategori produk yang baru diciptakan, Suratpos untuk kategori produk yang diperbaiki, dan weselpos untuk kategori produk yang dimodifikasi. Tujuan utama pengembangan produk adalah meningkatnya pelayanan publik oleh Kantor Pos Besar Surakarta terutama jika dilihat dari jenis layanan yang diberikan pada pengguna jasa, proses layanan serta waktu layanan.

Pengembangan produk bila dilakukan dengan baik, maka akan membuat pelayanan publik Kantor Pos Besar Surakarta menjadi meningkat dan menemukan kembali celah untuk mendapatkan konsumen, dan bila produk ini dikelola dengan baik dan dapat diterima masyarakat bukan tidak mungkin produk-produk ini bisa menjadi andalan Kantor Pos Besar Surakarta.

## **G. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh gambaran secara jelas bagaimana pelaksanaan pengembangan produk layanan yang dilakukan Kantor Pos Besar Surakarta dalam rangka meningkatkan pelayanan publik, maka jenis penelitian ini dapat dikategorikan penelitian deskriptif kualitatif, dimana penelitian ini berusaha mendeskripsikan secara rinci dan mendalam mengenai potret kondisi tentang apa yang terjadi sebenarnya dilapangan.

### **2. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini mengambil lokasi di Kantor Pos Besar Surakarta dengan pertimbangan bahwa :

- a. Kantor Pos Besar Surakarta saat ini harus menghadapi persaingan dengan provider lain dan dengan kemajuan teknologi dalam menyediakan layanan lalu lintas uang, berita dan barang.

- b. Berdasarkan data pra survey terjadi kenaikan dan penurunan jumlah konsumen pengguna jasa pada beberapa produk layanan di Kantor Pos Besar Surakarta .
- c. Berdasarkan data pra survey masih ada keluhan tentang pelayanan di Kantor Pos Besar Surakarta .
- d. Kantor Pos Besar Surakarta mulai menyediakan produk layanan baru untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

### 3. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

- a. Narasumber (Informan)

Dalam penelitian kualitatif posisi narasumber atau informan sangat penting sebagai pihak yang memiliki informasi. Dalam penelitian ini yang akan dijadikan narasumber adalah : Supervisor Pelayanan, Supervisor dan Staf Pemasaran Korporat, Staf Bagian Wesel, SOPP, bagian pengolahan serta masyarakat sebagai pengguna jasa.

- b. Peristiwa atau aktivitas

Melalui pengamatan pada aktivitas atau peristiwa yang terjadi, peneliti bisa mengetahui proses bagaimana sesuatu terjadi secara pasti karena peneliti menyaksikan secara langsung. Dalam penelitian ini peristiwa atau aktivitas yang akan diamati antara lain aktivitas pelayanan wesel pos, surat pos, serta SOPP, kemudian aktivitas

pengolahan surat pos dan wesel pos mulai dari pengiriman sampai pengantaran.

c. Tempat atau lokasi

Pengamatan yang dilakukan pada tempat atau lokasi, bisa membawa peneliti memperoleh informasi yang berkaitan dengan peristiwa yang terjadi. Lokasi yang akan diamati dalam penelitian ini adalah Kantor Pos Besar Surakarta, dimana disini terjadi aktivitas pengembangan produk layanan serta aktivitas pelayanan pada pengguna jasa.

d. Benda, beragam gambar, dan rekaman

Sumber data berupa benda, beragam gambar serta rekaman, bisa berfungsi sebagai dokumen yang berkaitan dengan peristiwa atau aktivitas tertentu yang sedang diamati. Dalam penelitian ini benda, gambar serta rekaman yang akan dijadikan sumber data antara lain sarana dan prasarana pelayanan publik.

e. Dokumen dan arsip

Dokumen serta arsip adalah bahan tertulis yang berhubungan dengan suatu peristiwa atau aktivitas tertentu. Dalam penelitian ini dokumen dan arsip yang akan dijadikan sumber data adalah dokumen dan arsip berupa data-data mengenai produk layanan Kantor Pos Besar Surakarta, data statistik mengenai jumlah konsumen, data mengenai jumlah pegawai, sarana prasarana, dokumen mengenai tarif, dll.

#### **4. Teknik Cuplikan**

Cuplikan dalam penelitian kualitatif diambil untuk mewakili informasinya, dengan kelengkapan dan kedalamannya yang tidak sangat perlu ditentukan oleh jumlah sumber datanya, karena jumlah informan yang kecil bisa saja menjelaskan informasi tertentu secara lebih lengkap dan benar daripada informasi yang diperoleh dari jumlah narasumber yang lebih banyak yang mungkin kurang mengetahui dan memahami informasi yang sebenarnya (H.B. Sutopo, 2002 : 55). Dalam penelitian ini, teknik cuplikan yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu peneliti memilih informan yang dianggap tahu dan dapat dipercaya untuk menjadi sumber data yang mantap dan mengetahui informasi serta permasalahan secara mendalam. Informan-informan tersebut antara lain pegawai di lingkungan Kantor Pos Besar Surakarta serta masyarakat pengguna jasa layanan.

## **5. Teknik Pengumpulan Data**

Ada beberapa teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yang digunakan secara bersama-sama sehingga diharapkan akan dapat saling melengkapi satu sama lain. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

### **a. Wawancara**

Untuk mengumpulkan informasi dari sumber data yang berupa informan maka diperlukan teknik wawancara. (HB. Sutopo : 2002, 58). Wawancara dilakukan melalui tanya jawab secara lisan dan tidak secara formal terstruktur dengan tujuan untuk penggalan

informasi yang lebih jauh dan mendalam. Wawancara dilakukan berulang-ulang dalam waktu dan situasi yang berbeda-beda guna memastikan kebenaran dan kewajaran jawaban responden. Pihak-pihak yang diwawancarai antara lain Supervisor Pelayanan, Supervisor dan Staf Pemasaran Korporat, Staf Bagian Wesel, SOPP, bagian pengolahan serta masyarakat sebagai pengguna jasa.

b. Dokumentasi

Yaitu teknik pengumpulan data dengan meneliti catatan-catatan tertulis, seperti buku-buku mengenai pengembangan produk dan pelayanan publik, dokumen-dokumen dari Kantor Pos Besar Surakarta berupa jenis produk layanan, jumlah konsumen, tarif layanan, dll.

c. Observasi

Merupakan pengamatan dan pencatatan data berbagai kegiatan dan peristiwa yang berkaitan dengan Kantor Pos Besar Surakarta. Dalam hal ini observasi dilakukan dengan melihat bagaimana proses pelayanan publik dari surat pos, wesel pos, SOPP serta proses layanannya.

## 6. Validitas data

Validitas data dimaksudkan sebagai pembuktian bahwa data yang diperoleh sesuai dengan apa yang sesungguhnya. Untuk menguji keabsahan data yang diperoleh, dalam penelitian ini akan digunakan cara Triangulasi data. Dalam triangulasi data peneliti wajib menggunakan beragam sumber

data yang tersedia. Artinya, data yang sama atau sejenis, akan lebih mantap kebenarannya bila digali dari beberapa sumber data yang berbeda. Data tidak hanya berasal dari pihak Kantor Pos tapi juga dari pihak pengguna jasa. Dengan demikian, apa yang diperlukan dari sumber yang satu bisa lebih teruji kebenarannya bilamana dibandingkan dengan data sejenis yang diperoleh dari sumber lain.

## **7. Teknik Analisis Data**

Analisis data yang digunakan untuk mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar. Proses analisa dilakukan secara bersamaan sebagai sesuatu proses yang jalin-menjalin pada saat, sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data sehingga dapat diperoleh gambaran secara menyeluruh tentang permasalahan yang diteliti. Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model interaktif analisis yaitu model analisis yang terdiri dari tiga komponen analisa utama yang membentuk suatu tahapan.

Tiga komponen analisa yang utama dalam model ini adalah reduksi data, sajian data, dan penarikan kesimpulan dimana dalam proses analisa, ketiga komponen tersebut berinteraksi dengan proses pengumpulan data sehingga membentuk suatu siklus.

- a. Reduksi data, merupakan proses seleksi, pemfokusan, dan penyederhanaan dan abstraksi data (kasar) yang dilaksanakan terus sepanjang pelaksanaan penelitian. Dalam reduksi data peneliti



memusatkan tema dan membuat batas-batas permasalahan. Proses ini terus berlangsung sampai laporan penelitian selesai ditulis.

- b. Sajian data adalah suatu rangkaian informasi yang memungkinkan kesimpulan penelitian dapat dilakukan. Dengan melihat penyajian data, peneliti akan mengerti tentang apa yang terjadi dan memungkinkan untuk mengerjakan sesuatu pada analisa / tindakan lain berdasarkan penelitian tersebut.
- c. Penarikan simpulan dan Verifikasi, merupakan tahap pengambilan kesimpulan dimana peneliti dapat menarik kesimpulan akhir berdasarkan rangkaian data yang telah didapat. Kesimpulan akhir tidak akan terjadi sampai proses pengumpulan data berakhir. Verifikasi pada dasarnya adalah pengujian terhadap validitas makna data agar simpulan penelitian lebih kokoh dan lebih bisa dipercaya.

## BAB II

### DESKRIPSI LOKASI

#### 1. SEJARAH, KEDUDUKAN DAN TUJUAN DIDIRIKANNYA PT. POS INDONESIA (PERSERO)

##### 1.1. Sejarah Pos dan Giro Indonesia

a. Dinas Pos sebagai jawatan

Pada tahun 1875 Dinas Pos disatukan dengan Dinas Telegraf dengan status jawatan dengan nama *Pos En Telegrafdiest* (Staatblad 1876 No 4 tanggal 8 November 1876 tentang *Alqemeene Bepalingen Omtrent Net Bcher Van De Groverment Pos En Telegrafdiens*)

b. Dinas Pos sebagai perusahaan ICW (Indische Comptabiliteit We)

Dengan Staatblad tahun 1906 Nomor 395 lahir Jawatan Pos, Telegraf, dan Telepon / Jawatan PTT (di Hindia Belanda) yang berada di bawah departemen lalu lintas dan perairan (*Departemen van Verkeze En Water Staat*) cara pengurusan dan pertanggung jawaban keuangan tunduk pada ICW dan disebut juga perusahaan ICW. ICW diundangkan pertama kali di Staatblad tahun 1925 Nomor 448 (dengan perubahan terakhir sebutan *Indische* dirubah menjadi *Indonische* dan seterusnya dengan singkatan ICW)

c. Dinas Pos sebagai IBW (*Indische Bedrijven Wet*)

Status dinas pos sebagai perusahaan ICW dianggap tidak tepat, maka tahun 1931 dengan Staatblad Tahun 1931 Nomor 524 Jawatan Pos,

Telegrap, dan Telepon atau PTT dirubah statusnya dari perusahaan ICW menjadi perusahaan IBW.

d. Dinas Pos sebagai perusahaan Negara

Setelah diundangkan UU Nomor 19 PRP Tahun 1960 maka semua perusahaan yang modalnya untuk seluruhnya merupakan kekayaan negara, baik yang terjadi karena pemisahan dari kekayaan negara, maupun yang terjadi karena nasionalisasi berdasarkan UU Nomor 86 Tahun 1960 dan Lembaran Negara UU Nomor 1089 Jawatan Pos, Telegrap, dan Telepon (PTT) kemudian menjadi perusahaan negara yang didirikan berdasarkan ordonasi tahun 1931, telah ditetapkan menjadi perusahaan negara berdasarkan IBW ( Staatblad Tahun 1927 Nomor 419)

e. Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi

PP Nomor 240 Tahun 1961, Perusahaan Negara Pos, Telegrap, dan Telepon yang diatur dengan ordonasi Tanggal 28 Tahun 1931 (Staatblad Tahun 1927 Nomor 524) tersebut ditunjuk sebagai perusahaan negara dalam arti pasal 2 IBW dan berkedudukan di Bandung dan dilebur dalam perusahaan negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Dalam peleburan ini segala hak dan kewajiban perlengkapan dan kekayaan serta jawatan usaha dari Pos, Telegrap, dan Telepon beralih pada PN Postel (Lembaran Negara Nomor 306 Tahun 1961 pasal 1).

f. Perusahaan Negara Pos dan Giro

Dengan PP Nomor 29 Tahun 1965 (Lembaran Negara Nomor 62 Tahun 1965) didirikan Perusahaan Negara Pos yang terpisah dari Perusahaan Negara Telekomunikasi didirikan dengan PP Nomor 31 Tahun 1965.

g. Perusahaan umum Pos dan Giro ( Perum Pos dan Giro )

Dinas Pos dan Giro sebagai perusahaan umum berdasarkan PP Nomor 30 Tahun 1976. Dengan PP Nomor 9 Tahun 1978 (Lembaran Negara Tahun 1978) perusahaan Pos dan Giro yang didirikan dengan PP Nomor 29 Tahun 1965 Berdasarkan UU Nomor 60 dilanjutkan berdirinya dan ditetapkan bentuk usahanya menjadi perusahaan umum Pos dan Giro seperti yang dimaksud dalam UU Nomor 9 Tahun 1969 dengan singkatan Perum Pos dan Giro.

h. Perum Pos dan Giro berdasarkan PP Nomor 24 Tahun 1984

UU Nomor 4 Tahun 1959 tentang Pos dianggap sudah tidak lagi sesuai dengan tuntutan jaman, maka diganti UU Nomor 6 Tahun 1984 Tentang Pos. Adanya perubahan UU Pos, maka PP Nomor 9 Tahun 1978 (Perum Pos dan Giro) diganti dengan PP Nomor 24 Tahun 1984 tentang Perum Pos dan Giro.

i. PT. Pos indonesia (Persero)

Dengan PP Nomor 5 Tahun 1995 Tentang pengalihan bentuk Perum menjadi Perseroan, maka pada tanggal 20 Juni 1995 Perum Pos dan

Giro berubah menjadi perseroan dengan nama PT. Pos Indonesia (Persero).

## 1.2. Kedudukan Pos dan Giro Indonesia

Kedudukan Pos dan Giro Indonesia tercantum dalam UU Nomor 6 Tahun 1984 (UU Pos Nomor 6 Tahun 1984, Lembaran Negara RI Tahun 1984 Nomor 28) dimana dijelaskan bahwa :

“Pos adalah pelayanan lalu lintas surat, uang , barang, dan pelayanan jasa hanya ditetapkan oleh menteri yang diselenggarakan oleh badan yang ditugasi menyelenggarakan Pos dan Giro”

Jelaslah disini bahwa Pos tetap diselenggarakan oleh Negara untuk melayani lalu lintas surat pos, misalnya pembayaran pajak, tabungan pembayaran pensiunan. Sebagai BUMN yang berbentuk PT (Persero), maka segenap penyelenggaranya tetap digunakan bagi pelayanan jasa dan monopoli secara nasional, sehingga pengawasannya sepenuhnya dari pusat. Meskipun demikian, PT. Pos indonesia (Persero) tetap mempunyai otonomi yaitu mengenai semua pencapaian target harus ditentukan oleh tiap kantor pos. Sehingga kantor Pos dan Giro juga akan menyetor hasil keuntungannya kepada pemerintah disamping diharuskan membayar pajak dengan jumlah tertentu pada tiap tahunnya.

### **1.3. Tujuan didirikannya Pos Indonesia**

Pos Indonesia didirikan dengan tujuan untuk menyelenggarakan pelayanan jasa bagi masyarakat luas. Namun sebagai sebuah BUMN, Kantor Pos Besar Surakarta juga mengejar keuntungan bagi perusahaan. Hal ini secara formal tercantum dalam Lembaran Negara RI Nomor 36 Tahun 1984 yaitu :

“Sifat dan usaha dari perusahaan adalah menyediakan pelayanan kemanfaatan umum sekaligus keuntungan bagi prinsip pengelolaan perusahaan. Maksud perusahaan adalah menyelenggarakan kemanfaatan umum berupa jasa yang bermutu dan memadai bagi pemenuhan hajat hidup orang banyak, serta turut aktif melaksanakan dan menunjang pelaksanaan dan program pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan pada umumnya. Tujuan pelaksanaan adalah untuk membangun, mengembangkan, mengusahakan dalam arti seluas-luasnya guna mempertinggi kelancaran hubungan masyarakat yang menunjang terlaksananya pembangunan”.

## **2. TUGAS, FUNGSI, VISI DAN MISI PT. POS INDONESIA (PERSERO)**

### **2.1. Tugas dan Fungsi Pos Indonesia**

#### **2.1.1. Tugas Pos Indonesia**

PT. Pos Indonesia mempunyai tugas pokok menyelenggarakan jasa pos dan giro untuk umum dalam dan luar negeri yang meliputi jasa pos, jasa giro, jasa keuangan, dan jasa keagenan serta usaha-usaha lain yang menunjang jasa pos dan giro sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

### 2.1.2. Fungsi Pos Indonesia

Untuk menyelenggarakan tugas pokok tersebut, PT. Pos Indonesia mempunyai fungsi :

- Pengembangan usaha dan pemasaran jasa pos dan giro pos serta jasa keagenan.
- Pengelolaan SDM dan sarana.
- Pembangunan sarana dan fasilitas pelayanan pos dan giro.
- Pengelolaan keuangan perusahaan.
- Pelaksanaan penelitian, pengembangan, dan penyusunan rencana kegiatan perusahaan.
- Pengelolaan pendidikan dan pelatihan.
- Penyelenggaraan usaha-usaha lain yang diperlukan sesuai dengan lapangan usahanya.
- Penyelenggaraan kerjasama dengan badan atau pihak lain baik yang dianggap perlu untuk menunjang usaha perseroan.
- Pendirian anak perusahaan.

PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Besar Surakarta adalah salah satu Unit Pelaksana Teknis (UPT) dengan fungsi yang cukup lengkap ditinjau dari segi aktivitasnya. Fungsi-fungsi tersebut antara lain :

- a. Sebagai Kantor Pos
- b. Sebagai Kantor Sentral Distribusi
- c. Sebagai Kantor Sentral Giro Gabungan.

Untuk melaksanakan fungsi yang cukup lengkap tersebut di Kantor Pos Besar Surakarta dibentuk 13 bagian dimana masing-masing bagian dipimpin oleh seorang supervisor.

## **2.2. Visi dan Misi Pos Indonesia**

### **2.2.1. Visi Pos Indonesia**

Visi merupakan pandangan jauh ke depan tentang sesuatu kondisi yang ingin diwujudkan, melalui serangkaian aktivitas saat ini. Untuk mengemban tugas pokok perusahaan, PT Pos Indonesia menetapkan visinya yaitu Pos Indonesia senantiasa berupaya untuk menjadi penyedia sarana komunikasi kelas dunia yang peduli terhadap lingkungan, dikelola oleh SDM yang profesional, sehingga mampu memberikan layanan terbaik bagi masyarakat serta tumbuh dan berkembang sesuai dengan konsep bisnis yang sehat.

### **2.2.2. Misi Pos Indonesia**

Untuk merealisasikan visi perusahaan, PT Pos Indonesia menetapkan misinya yaitu :

- Menyediakan sarana komunikasi yang andal dan terpercaya bagi masyarakat dan pemerintah guna menunjang pembangunan nasional serta memperkuat kesatuan dan keutuhan bangsa dan negara.
- Mengembangkan usaha yang bertumpu pada peningkatan mutu pelayanan melalui penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi



(IPTEK) yang tepat guna mencapai kepuasan pelanggan serta memberikan nilai tambah yang optimal bagi karyawan, pemegang saham, masyarakat, dan mitra kerja.

### **3. STRUKTUR ORGANISASI PT. POS INDONESIA (PERSERO) KANTOR POS BESAR SURAKARTA**

Adapun unsur-unsur yang terdapat pada struktur organisasi Kantor Pos Besar Surakarta adalah sebagai berikut :

- a. Kepala Kantor
- b. Wakil Kepala Kantor / Manajer Operasional
- c. Bagian Perbendaharaan
- d. Bagian Akuntansi
- e. Bagian SDM dan Administrasi
- f. Bagian Teknik dan Sarana
- g. Bagian Pengolahan Pos
- h. Bagian Antar
- i. Bagian Layanan Jasa Komunikasi
- j. Bagian Layanan Jasa Logistik
- k. Bagian Layanan Jasa Keagenan
- l. Bagian Unit Pelayanan Luar
- m. Bagian Sentral Giro Gabungan
- n. Bagian Pemasaran
- o. Bagian Pengendalian Mutu

## **4. BIDANG OPERASIONAL PADA KANTOR POS BESAR SURAKARTA**

### **4.1. Pelayanan di loket**

Untuk melayani masyarakat Kota Surakarta dan sekitarnya, Kantor Pos Besar Surakarta menyediakan loket-loket pelayanan baik di kantor pemeriksa maupun di 22 unit kantor cabang. Loket-loket yang ada di kantor pemeriksa antara lain :

- Loket layanan jasa komunikasi prioritas, melayani : kilat khusus, prima pos, pos express dan express mail service (EMS)
- Loket weselpos terima dan kirim
- Tabanas
- Loket Giro
- Loket benda pos materai
- Loket filateli
- Loket customer service
- Loket pensiun
- Loket layanan logistik/ paket

Untuk menunjang pelayanan publik, loket-loket pelayanan memiliki jam buka loket sebagai berikut :

#### 1. Jam buka loket di kantor pemeriksa :

- Senin s.d Sabtu : pukul 07.00-19.00
- Minggu : pukul 09.00-15.00

2. Jam buka loket di kantor cabang adalah :

- Senin s.d Kamis : pukul 07.30-14.00
- Jumat dan Sabtu : pukul 07.30-11.00
- Minggu/Libur : tutup

#### **4.2. Pengolahan Pos**

Pengolahan pos adalah serangkaian proses sejak dari pengeposan sampai dengan pengantaran (*from acceptance to deliver*) meliputi *collecting, processing, transporting dan delivery*. Antara proses yang satu dengan yang lainnya berkaitan sangat erat dan tiap-tiap tahapan proses sangat menentukan hasil dari pengolahan kiriman pos tersebut.

#### **4.3. Collecting**

Kegiatan collecting dilakukan terhadap semua fasilitas pengeposan yang ada di wilayah pelayanan Kantor Pos Besar Surakarta dengan jadwal sebagai berikut :

1. Collecting loket dan bis surat kantor dilaksanakan sesering mungkin khususnya menjelang tutupan pos.
2. Collecting loket di kantor-kantor cabang dilakukan mulai pukul 13.00 untuk semua jenis kiriman.
3. Collecting bis surat pembantu yang tersebar di wilayah Kota Surakarta sebanyak 74 buah dilakukan sekali sehari mulai pukul 14.00-15.30

#### 4.4. Processing

Kantor Pos Besar Surakarta juga memiliki fungsi sebagai "Kantor Sentral Distributor" (KSD). Kegiatan processing di KSD disesuaikan dengan perubahan yang telah ditetapkan oleh Kantor Pusat dan diterapkannya *Next Day Delivery (NDD)* di 5 kota besar yakni Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta, dan Surabaya. Sehubungan dengan itu, KSD Surakarta mengacu pada standart processing dengan *Next Day Delivery (NDD)* dengan menerapkan masa olah yaitu jangka waktu proses pengolahan pelayanan pos mulai dari pengeposan sampai dengan pengantaran yang telah disesuaikan dengan situasi dan kondisi setempat, yakni sebagai berikut :

- Masa olah 1 : pukul 05.00 s.d 12.00
- Masa olah 2 : pukul 12.00 s.d 21.00

Dalam rangka menyesuaikan dengan masa olah tersebut, maka tenaga processing diatur bekerja secara shift, yaitu sebagai berikut :

1. Supervisor pengolahan dan stafnya terbagi menjadi 3 group yang bekerja dalam 3 shift, yaitu :

- Shift I : pukul 05.00-12.00
- Shift II : pukul 12.00-18.00
- Shift III : pukul 18.00-22.00

Sedangkan untuk staf supervisor pengolahan diatur sebagai berikut :

- Shift I : pukul 06.00-13.00

- Shift II : pukul 13.00-20.00
2. Petugas Purie R terbagi menjadi 2 group dan bekerja dalam 2 shift yaitu :
- Shift I : pukul 06.00-13.00
  - Shift II : pukul 15.00-20.00
3. Petugas Purie kilat khusus kirim terdiri dari 2 group dan bekerja dalam 2 shift yaitu :
- Shift I : pukul 06.00-13.00
  - Shift II : pukul 15.00-20.00
4. Petugas Purie kilat khusus terima (Openar) terdiri dari 2 group dan bekerja dalam 2 shift, yaitu :
- Shift I : pukul 05.00-12.00
  - Shift II : pukul 15.00-22.00

Pola transportasi Kantor Sentral Distributor (KSD) Surakarta telah disesuaikan dengan pola *Next Day Delivery (NDD)*, yang sebagian besar memanfaatkan moda transportasi darat yakni Armada pos (ARPOS), Kendaraan bermotor (KBM) dinas srtu Kendaraan bermotor (KBM) kontrak, serta didukung dengan moda angkutan udara menggunakan Garuda Indonesia Airways. Selain itu Kantor Pos Besar Surakarta juga melakukan angkutan tersier ke kantor cabang , yaitu pengantaran kiriman pos/remise ke kantor cabang mulai pukul 07.00 dengan 3 kendaraan untuk 3 rute, serta penjemputan kiriman pos/remise dari kantor cabang mulai pukul 13.00 dengan menggunakan 2 kendaraan untuk 2 rute.

#### 4.5.Delivery

*Delivery* merupakan aspek yang sangat penting dalam sistem operasi pos karena penentu keberhasilan layanan pos secara keseluruhan.

Pelaksanaan antaran Kantor Pos Besar Surakarta adalah sebagai berikut :

- Antaran I : pukul 09.00 mengantar semua jenis surat dan wesel pos dengan jumlah pengantar 29 orang.
- Antaran II : pukul 13.00 mengantar surat kilat, surat pos peka waktu, dan WP prima dengan pengantar sebanyak 3 orang.

#### 5. SUMBER DAYA MANUSIA (SDM) DI KANTOR POS BESAR SURAKARTA

Berikut ini gambaran jumlah pegawai yang masih aktif di Kantor Pos Besar Surakarta berdasarkan golongan:

**Tabel 2.1**

##### **Pegawai berdasarkan golongan**

<b>Golongan</b>	<b>Jumlah</b>
Golongan III	33 orang
Golongan II	175 orang
Golongan I	10 orang
Jumlah	218 orang

Sumber : Bagian SDM Kantor Pos Besar Surakarta

Adapun susunan/ komposisi pegawai yang menduduki jabatan struktural adalah sebagai berikut :

- Kepala Kantor : 1 orang
- Wakil Kepala Kantor : 1 orang
- Supervisor SDM : 1 orang
- Supervisor Pengolahan : 3 orang
- Supervisor Pelayanan I : 1 orang
- Supervisor Pelayanan II : 1 orang
- Supervisor teknik dan sarana : 1 orang
- Supervisor Perbendaharaan : 1 orang
- Supervisor Layanan POSLOG : 1 orang
- Supervisor SGG : 1 orang
- Supervisor Pemasaran Ritel : 1 orang
- Supervisor Pemasaran Korporat : 1 orang
- BM Pos Prima : 1 orang
- Supervisor Akuntansi : 1 orang
- Supervisor Unit Pelayanan Luar : 1 orang
- Supervisor Antaran : 1 orang
- Supervisor Pengendalian mutu : 1 orang
- Kantor Pos Solo Gading : 1 orang
- Kantor Pos Solo UNS : 1 orang
- Kantor Pos Solo Nusukan : 1 orang
- Kantor Pos Solo Purwosari : 1 orang

- Kantor Pos Solo Sriwedari : 1 orang
- Kantor Pos Bekonang : 1 orang
- Kantor Pos Gondangrejo : 1 orang
- Kantor Pos Solo UMS : 1 orang
- Kantor Pos Solo Jajar : 1 orang
- Kantor Pos Solo Cengklik : 1 orang
- Kantor Pos Solo Makamhaji : 1 orang
- Kantor Pos Colomadu : 1 orang
- Kantor Pos Ngringo : 1 orang
- Kantor Pos Solo Kerten : 1 orang
- Kantor Pos Solo Pasarjongke : 1 orang
- Kantor Pos Solo Mojosongo : 1 orang
- Kantor Pos Solo Jebres : 1 orang
- Kantor Pos Solo Setabelan : 1 orang
- Kantor Pos Solo Semanggi : 1 orang
- Kantor Pos Kartasura : 1 orang
- Kantor Pos Solo Baru : 1 orang
- Kantor Pos Tipes : 1 orang
- Jumlah : 40 orang**



## **6. URAIAN TUGAS SECARA SINGKAT PEGAWAI KANTOR POS BESAR SURAKARTA**

Tugas pegawai Kantor Pos Besar Surakarta berdasarkan uraian jabatan dan tugas pada bidang pengembangan usaha dapat dijabarkan sebagai berikut :

### **6.1. Daftar uraian tugas supervisor bagian pengembangan usaha**

- a. Membuat rencana kerja atau pengembangan usaha untuk esok hari pada akhir dinas.
- b. Menyusun kegiatan pemasaran dengan memformulasikan jenis/ cara/ bentuk pemasaran yang akan dilaksanakan.
- c. Melaksanakan kegiatan pemasaran.
- d. Melakukan evaluasi dan pemantauan atas kegiatan pemasaran yang dilaksanakan setiap akhir dinas.
- e. Mengadakan penelitian dan mengumpulkan informasi pasar (Intelligent Market)
- f. Memantau situasi pelayanan loket, ruang umum, fasilitas lainnya serta mengambil tindakan guna menjaga ketertiban dan kenyamanan publik, bila perlu berkoordinasi dengan Spv pelayanan dan melaporkan tindakan yang telah diambil pada Ka.KP/ManOp.
- g. Mengelola anggaran biaya pemasaran untuk kegiatan pemasaran yang efektif dan efisien dan melaporkannya pada Ka.KP/ManOp.

- h. Mengadakan kerjasama dengan pelanggan/ korporat/ big user atas penggunaan layanan pos dan membuat draft PKS (perjanjian kerjasama)
- i. Membuat penawaran bagi calon pelanggan untuk pemanfaatan layanan pos.
- j. Memproses setiap permohonan kerjasama untuk pengiriman, pemegang kotak pos khusus, pengumuman bursa, pemegang depot bpm atau agenpos dan membuat persetujuannya.
- k. Mengawasi kegiatan dan pembukuan piutang yang dikerjakan staf bangus serta ikut menandatangani pembuatan tanda terima/ kuitansi atas penerimaan biaya kirim, biaya sewa kotak pos, bursa lowongan kerja oleh pelanggan.
- l. Melengkapi surat tugas pengantaran PBT (Pensiun dibayar ditempat) bagi petugas pos sarling yang diikutsertakan membayarkan PBT untuk dicover asuransi Binagriya.
- m. Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diperintahkan atasan baik secara lisan maupun tertulis.

## **6.2. Daftar uraian tugas petugas PLP**

- a. Membuat rencana kerja atau pengembangan usaha saat dinas dimulai
- b. Menyusun kegiatan pemasaran dengan memformulasikan bentuk/ jenis/ cara yang akan dilaksanakan.
- c. Melaksanakan kegiatan pemasaran.

- d. Mengadakan penelitian dan mengumpulkan informasi pasar (Intelligent Market)
- e. Melakukan analisa dan mengumpulkan informasi yang ada/ didapat, menentukan langkah yang perlu diambil dan melaporkan pada Ka.KP/ Manop
- f. Mengatur dan melaksanakan penyuluhan ke sekolah-sekolah/ instansi.
- g. Mengadakan kunjungan pemasaran kepada pelanggan besar/ korporat atau calon pelanggan atas layanan pos.
- h. Merealisasikan program kerja / program aksi yang telah dibuat.
- i. Melakukan pembinaan pelanggan/ big user/ korporat.
- j. Mengadakan kerjasama dengan pelanggan/ korporat/ big user atas penggunaan layanan pos dan membuat draft PKS (perjanjian kerjasama)
- k. Membuat konsep penawaran kepada calon pelanggan untuk pemanfaatan layanan pos.
- l. Mencatat setiap adanya realisasi proker/ progsi .
- m. Melaksanakan tugas kedinasan lainnya yang diperintahkan oleh atasan baik secara tertulis maupun lisan.

### **6.3. Daftar uraian tugas Koordinator PLP**

- a. Menyusun rencana kerja atau pengembangan usaha saat dinas dimulai.

- b. Menyusun kegiatan pemasaran dengan memformulasikan bentuk/ jenis/ cara yang akan dilaksanakan.
- c. Melaksanakan kegiatan pemasaran.
- d. Mengadakan penelitian dan mengumpulkan informasi pasar (Intelligent Market)
- e. Melakukan analisa dan mengumpulkan informasi yang ada/ didapat, menentukan langkah yang perlu diambil dan melaporkan pada Ka.KP/Manop
- f. Memantau situasi pelayanan loket, ruang umum, fasilitas lainnya serta mengambil tindakan guna menjaga ketertiban dan kenyamanan publik, bila perlu berkoordinasi dengan Spv pelayanan dan melaporkan tindakan yang telah diambil pada Ka.KP/ManOp.
- g. Menangani keluhan pelanggan besar/ korporat dan meneliti permasalahannya bersama dengan Spv Pelayanan.
- h. Mengatur dan melaksanakan penyuluhan ke sekolah-sekolah/ instansi.
- i. Mengadakan kunjungan pemasaran kepada pelanggan besar/ korporat atau calon pelanggan atas layanan pos.
- j. Merealisasikan program kerja / program aksi yang telah dibuat.
- k. Melakukan pembinaan pelanggan/ big user/ korporat.

- l. Mengadakan kerjasama dengan pelanggan/ korporat/ big user atas penggunaan layanan pos dan membuat draft PKS (perjanjian kerjasama)
- m. Membuat konsep penawaran kepada calon pelanggan untuk pemanfaatan layanan pos.
- n. Mencatat setiap adanya realisasi proker/ progsi .
- o. Melaksanakan tugas kedinasan lainnya yang diperintahkan oleh atasan baik secara tertulis maupun lisan.

#### **6.4. Daftar uraian tugas Supervisor Pelayanan I (membawahi Loker SKH, Loker Pos Ekspres, dan Loker BPM)**

- a. Menyerahkan resi berharga pada petugas loket dengan buku serah.
- b. Menjaga kelancaran pelayanan di loket pelayanan bisnis reguler
- c. Menyelesaikan pengaduan publik yang tidak dapat terselesaikan oleh petugas loket maupun customer service.
- d. Membuat rekapitulasi harian produksi dan pendapatan jasa komunikasi.
- e. Mengawasi dan mencatat pengiriman surat yang diikat oleh PKS
- f. Melakukan pengawasan terhadap pemungutan dan penyetoran premi asuransi suratpos.
- g. Melakukan uji petik terhadap penetapan dan pemungutan tarif atas semua layanan bisnis reguler termasuk kiriman yang pelunasannya menggunakan prangko.

- h. Melakukan tugas pemeteraian kemudian.
- i. Memeriksa kebenaran pertanggung neraca loket-loket dengan dokumen sumbernya.
- j. Setiap bulan membuat rekapitulasi laporan produksi dan pendapatan : penjualan amplop flaterate, harga tanggungan SKH, harga tanggungan EMS, kiriman purbajaga, Luar Negeri Perlakuan Khusus (LNPK), surat pos perlakuan khusus (Perlaksus), pemeteraian kemudian (nazegelling).
- k. Melaksanakan tugas kedinasan lainnya yang diperintahkan oleh atasan baik secara tertulis maupun lisan.

#### **6.5. Daftar uraian tugas petugas SKH I s.d IV bagian pelayanan bisnis komunikasi**

- a. Membersihkan loket dan peralatan kerja sebelum dipergunakan
- b. Menerima resi serbaguna dari Spv / Koordinator Biskom dengan buku serah
- c. Membuka aplikasi skh pada PC loket
- d. Memeriksa kondisi kiriman sebelum dikirimkan serta menanyakan isi kiriman
- e. Meminta informasi harga barang yang dikirim untuk ditetapkan sebagai kiriman dengan nilai barang
- f. Menyerahkan pada Spv/ koordinator biskom jika isi kiriman adalah kiriman berharga tinggi untuk dikerjakan lebih lanjut.
- g. Menetapkan premi asuransi nilai barang

- h. Melayani pengiriman surat kilat khusus, EMS, Pos Ekspres, sesuai dengan standar layanan.
- i. Memungut biaya kirim termasuk premi asuransi
- j. Pada akhir dinas harian, mencetak back sheet/ rekapitulasi penerimaan harian loket serta membuat neraca harian SKH sekaligus sebagai buku setoran kasir.
- k. Menyetorkan seluruh biaya pengiriman dan premi asuransi ke kasir I dengan buku setoran atau neraca loket.
- l. Melaksanakan tugas kedinasan lainnya yang diperintahkan oleh atasan baik secara tertulis maupun lisan.

#### **6.6. Daftar uraian tugas petugas loket BPM I dan II bagian pelayanan bisnis komunikasi**

- a. Membersihkan loket dan peralatan kerja sebelum dipergunakan
- b. Menerima resi serbaguna dari Spv / Koordinator Biskom dengan buku serah
- c. Mengajukan permintaan BPM ke pemegang kas BPM sesuai dengan kebutuhan dengan menyetorkan besar uang hasil penjualan terlebih dahulu pada kasir I/II
- d. Melayani publika dalam pembelian BPM dan pengiriman suratpos DN/LN termasuk permintaan bukti terima.
- e. Melayani penukaran kupon balasan internasional dan hadiah AFR
- f. Melayani pengiriman tercatat dan terdaftar

- g. Melayani pengiriman suratpos kredit yang diikat dengan PKS
- h. Memeriksa persyaratan pembungkusan dan isi surat pos yang diunjukkan publik.
- i. Pada akhir dinas harian, membuat neraca R dan buku amprah serta menyetorkan hasil penjualan BPM pada hari berjalan pada kasir dengan menyisakan uang susuk minimal 1 juta rupiah.
- j. Menyerahkan register berharga pada Spv biskom dengan buku serah
- k. Setiap bulan menyusun BPM yang rusak dan diserahkan pada Spv Keuangan untuk di N-5/M-6 kan
- l. Menyerahkan hasil penukaran kupon balasan internasional kepada Spv keuangan untuk dikerjakan lebih lanjut.
- m. Menyerahkan hasil penukaran hadiah AFR kepada Spv biskom untuk dikerjakan lebih lanjut.
- n. Melaksanakan tugas kedinasan lainnya yang diperintahkan oleh atasan baik secara tertulis maupun lisan

#### **6.7. Daftar uraian tugas petugas loket pos ekspres**

- a. Membersihkan loket dan peralatan kerja sebelum dipergunakan
- b. Menerima resi serbaguna dari Spv / Koordinator Biskom dengan buku serah
- c. Melayani pengiriman Pos Ekspres
- d. Memeriksa alamat tujuan, apakah termasuk dalam node tujuan pos ekspres dan masih dalam batas antar UPT tujuan



- e. Melakukan konfirmasi ke kantor tujuan via IRC untuk memastikan alamat kiriman pos ekspres masih dalam batas antar UPT tujuan
- f. Meminta informasi tentang isi kiriman pos ekspres
- g. Memeriksa persyaratan pembungkusan kiriman
- h. Menetapkan bea kiriman termasuk premi asuransi
- i. Melayani pengaduan atas kiriman pos ekspres yang belum diterima di kantor tujuan
- j. Melayani pengiriman suratpos dengan fasilitas kredit yang diikat dengan PKS
- k. Menyerahkan daftar pengeposan suratpos dengan fasilitas kredit yang diikat dengan PKS kepada Spv biskom untuk dikerjakan lebih lanjut.
- l. Mencetak back sheet rekapitulasi penerimaan di loket dan membuat neraca loket.
- m. Pada akhir dinas menyetorkan hasil penerimaan bea kirim dan premi asuransi kiriman pos ekspres ke kasir dengan buku serah.

#### **6.8. Daftar uraian tugas Supervisor Pelayanan II (membawahi loket**

##### **Giropos, loket weselpos, loket SOPP telkom, loket SOPP pos)**

- a. Mengaktifkan loket SOPP dari PC manajer
- b. Mengendalikan kelancaran dinas di loket Giropos, loket weselpos, loket SOPP telkom, loket SOPP pos dan SOPP online lainnya.

- c. Mengendalikan pelaksanaan penerimaan dan pembayaran weselpos maupun giro pos.
- d. Memeriksa kembali atas pencetakan Wp-15/Wp-15R dan Wp 2nya serta membubuhkan paraf pada Wp-2 ybt.
- e. Menerbitkan Wp duplikat setelah mendapat persetujuan dari Ka. KP/WKP
- f. Menerima naskah daan menandatangani rekapitulasi seluruh pertanggungungan serta neraca di bagian biskuggen online
- g. Mencetak rekapitulasi seluruh setoran SOPP (SOPP-2A / SOPP-2B) pasa PC manajer
- h. Melakukan proses ambil semua data SIM wespos pada awal dinas dan kirim semua data wespos pada akhir dinas harian.
- i. Melakukan pembinaan dan penilaian kinerja pegawai bawahannya.
- j. Setiap bulan memeriksa dan menandatangani laporan masa/ mingguan / bulanan meliputi laporan masa Gir-7a dan Gir-10a, laporan weselpos, dan laporan SOPP
- k. Membuat tagihan fee SOPP telkom, FIF dan Adira
- l. Menyetorkan Ppn atas bea kirim weselpos
- m. Membuat data produksi di bagian biskuggen on line
- n. Membuat dan mengirimkan surat uji petik setiap layanan
- o. Melaksanakan tugas kedinasan lainnya yang diperintahkan oleh atasan baik secara tertulis maupun lisan

### **6.9. Daftar uraian tugas petugas loket SOPP telkom (P2H)**

- a. melakukan persiapan untuk membuka loket
- b. menerima setoran pembayaran rekening telpon telkom melalui kantor pos
- c. mencetak back sheet pembayaran rekening telpon pada hari berjalan.
- d. Membuat neraca loket SOPP telkom dan menyetorkan penerimaan uang pembayaran pada kasir dengan buku serah
- e. Membendel dan menyimpan souche L-11 tiap-tiap hari kerja pada tempat yang aman yang tidak dapat dijangkau oleh orang yang tidak berhak.
- f. Menjaga kebersihan loket baik sebelum maupun sesudah dinas.
- g. Setiap tanggal 4 mencetak daftar tagihan telpon kolektif yang dikoordinir oleh bagian pemasaran
- h. Tiap akhir bulan mencetak laporan bulanan telkom untuk diserahkan dan diperiksa oleh Spv biskuggen II
- i. Melaksanakan tugas kedinasan lainnya yang diperintahkan oleh atasan baik secara tertulis maupun lisan

### **6.10. Daftar uraian tugas petugas loket SOPP pos**

- a. Melakukan persiapan untuk membuka loket
- b. Menerima setoran pembayaran FIF dan Adira secara online maupun manual

- c. Menerima pembayaran rekening telpon seluler, angsuran AMRO bank, pembelian/penyetoran Shar'e dan menerima setoran-setoran lain yang sudah di download di SOPP
- d. Mencetak back sheet SOPP
- e. Membuat neraca loket SOPP dan menyetorkan penerimaan uang pembayaran pada kasir dengan buku serah
- f. Menjaga kebersihan loket baik sebelum atau sesudah dinas
- g. Tiap tanggal 7/8 membuat daftar pelanggan Telkomsel kolektif untuk bagian pemasaran
- h. Melaksanakan tugas kedinasan lainnya yang diperintahkan oleh atasan baik secara tertulis maupun lisan

#### **6.11. Daftar uraian tugas petugas loket weselpos**

- a. Melakukan persiapan untuk membuka loket
- b. Meminta panjar kerja loket kepada kasir dengan buku permintaan sesuai kebutuhan
- c. Melayani pengiriman dan pembayaran wesel pos melalui aplikasi SIM wespos sekaligus mematikan W-15 manual yang dibayarkan di Kprk
- d. Membuat dan menyampuli berita terima dan mengirimkannya pada pengirimnya.
- e. Mencetak back sheet wesel pos terima (W-3) dan weselpos bayar (W-4)

- f. Membuat neraca loket weselpos dan menyerahkan sisa panjar weselpos pada kasir
- g. Menjaga kebersihan loket baik sebelum atau sesudah dinas
- h. Melaksanakan tugas kedinasan lainnya yang diperintahkan oleh atasan baik secara tertulis maupun lisan

#### **6.12. Daftar uraian tugas petugas loket Giropos**

- a. Melakukan persiapan untuk membuka loket
- b. Menerima register berharga (Gir-6) dari subbag kuggen II dengan buku serah
- c. Meminta panjar kerja loket kepada kasir dengan buku permintaan sesuai dengan kebutuhan
- d. Melayani dan menerima penyetoran pajak on line
- e. Melayani dan menerima setoran SSPB/ SSBC dan setoran giro manual lainnya
- f. Membayarkan giro cek, TWP, dan Baltab serta mematikan W-15 giro manual yang dibayarkan di kprk
- g. Membayarkan pensiun pertamina
- h. Membuat neraca loket giro dan menyetorkan sisa panjar giro pada kasir
- i. Menjaga kebersihan loket baik sebelum atau sesudah dinas
- j. Melaksanakan tugas kedinasan lainnya yang diperintahkan oleh atasan baik secara tertulis maupun lisan.

## **7. PRODUK LAYANAN DI KANTOR POS BESAR SURAKARTA**

Sebagai penyedia layanan yang harus selalu memuaskan konsumen, keberadaan produk layanan yang inovatif dan menjawab kebutuhan konsumen sangat diperlukan. Berikut ini adalah produk layanan yang diberikan oleh Kantor Pos Besar Surakarta dalam rangka meningkatkan pelayanan publik :

### **7.1. Core Product (Produk Inti)**

1. Layanan standar yang meliputi layanan surat biasa, kilat, wesel, dan paket.
2. Layanan prioritas yang meliputi layanan surat kilat khusus, pos patas, pos centa, wesel pos penerima, dan paket pos cepat.
3. Layanan customized berlaku untuk layanan keuangan.

### **7.2. Extended Product (Produk Perluasan)**

1. Filateli
2. Logistic pos
3. Layanan perbankan

### **7.3. Expended Product (Produk Pengembangan)**

1. Usaha retail melalui poserba
2. Jaringan wasantara net sebagai layanan pertukaran informasi melalui internet sebagai solusi komunikasi (baik untuk lingkup dalam negeri maupun luar negeri).

### **7.4. Pelayanan keagenan untuk pihak ketiga**

1. Penabungan dan pembayaran untuk BTN.
2. Pemotongan selain bank kreditur.

3. Pembayaran pensiun TASPEN dan ASABRI
4. Penjualan benda materai untuk rektorat pajak.
5. TAKESRA, KUKESRA, dan BKKBN.
6. SOPP (Sistem Online Point Payment) yaitu semua pembayaran dapat dilakukan di satu tempat. Misalnya : pembayaran angsuran kendaraan bermotor (FIF, ADIRA, OTTO, WOM, dll), pembayaran rekening telepon (TELKOM) dan listrik (PLN), pembayaran angsuran kredit (Citibank, Amro,dll)

## **8. FASILITAS DAN SARANA PELAYANAN**

### **8.1. Fasilitas Pelayanan**

Untuk meningkatkan pelayanan pada masyarakat, maka Kantor Pos Besar Surakarta memiliki fasilitas antara lain sebagai berikut :

- |                            |   |          |
|----------------------------|---|----------|
| a. Kantor Pos Besar        | : | 1 buah   |
| b. Kantor Pos Cabang       | : | 22 buah  |
| c. Pos Keliling Desa       | : | 5 buah   |
| d. Pos Desa                | : | 2 buah   |
| e. Agenpos                 | : | 20 buah  |
| f. Depot Benda Pos Materai | : | 6 buah   |
| g. Pos Sekolah             | : | 8 buah   |
| h. Kotak Pos               | : | 796 buah |
| i. Tromol Pos              | : | 24 buah  |
| j. Bis Surat               | : | 109 buah |

- k. Loker di Kantor Pemeriksa : 19 buah
- l. Loker di Kantor Pos Cabang : 64 buah

## 8.2. Jangkauan Pelayanan

Jangkauan pelayanan Kantor Pos Besar Surakarta meliputi seluruh wilayah Kota Surakarta dengan perincian sebagai berikut :

- Kecamatan : 5 buah
- Kelurahan : 51 buah

Selain itu, Kantor Pos Besar Surakarta juga melayani sebagian wilayah Sukoharjo dan sebagian wilayah Karanganyar.

## 8.3. Sarana Pelayanan

### 8.3.1. Kendaraan Bermotor

Sejak tahun 1990 Kantor Pos Besar Surakarta telah melaksanakan motorisasi baik untuk antar jemput kiriman, maupun sistem antarannya dalam melayani cakupan wilayah yang cukup luas. Berikut rincian penggunaan kendaraan roda 4/6 dan roda 2 yang ada di Kantor Pos Besar Surakarta :

#### 8.3.1.1. Kendaraan roda 4/6

- Pemasaran : 2 unit
- Antaran paket pos : 2 unit
- Antar remis : 3 unit
- Antar jemput tamu : 1 unit
- Angkutan paket point to point : 4 unit
- Jumlah : 12 unit



#### 8.3.1.2. Kendaraan roda 2

- Antaran I : 29 unit
- Antaran II : 3 unit
- Antaran di Kantor Pos Pusat : 6 unit
- Angkat bis surat pembantu : 2 unit
- Sopir : 1 unit
- Possarling : 3 unit
- Belajar Antaran : 3 unit
- Cadangan : 5 unit
- Jumlah : 52 unit

#### 8.3.2. Bangunan / gedung

Jumlah gedung yang ada sebagai berikut :

##### 8.3.2.1. Gedung milik sendiri berjumlah 11 unit dengan rincian sebagai berikut :

- Kantor Pos Besar Surakarta
- Kantor Pos VIII Kartasura
- Kantor Pos X Colomadu
- Kantor Pos X Solo Nusukan
- Kantor Pos X Solo Mojosongo
- Kantor Pos X Solo Jebres
- Kantor Pos X Solo Tipes
- Kantor Pos X Ngringo
- Kantor Pos X Bekonang

- Rumah dinas jabatan jalan Adisucipto 49 Kerten

8.3.2.2. Gedung sewa berjumlah 11 unit dengan rincian sebagai berikut :

- Kantor Pos X Solo Kerten
- Kantor Pos X Solo Gading
- Kantor Pos X Solo Purwosari
- Kantor Pos X Solo Makamhaji
- Kantor Pos X Solo Semanggi
- Kantor Pos X Solo Cengklik
- Kantor Pos X Pasarjongke
- Kantor Pos X Solo UMS
- Kantor Pos X Gondangrejo
- Kantor Pos X Solo Setabelan

8.3.2.3. Gedung pinjam pakai berjumlah 1 Unit yang berlokasi di Kantor Pos X Solobaru

## **9. UPAYA YANG DILAKUKAN KANTOR POS BESAR SURAKARTA UNTUK MENINGKATKAN PELAYANAN PUBLIK**

- a. Membuka jam pelayanan loket dari jam 7 pagi sampai jam 7 malam
- b. Membuka pelayanan dengan sistem SOPP Pos (Sistem Online Payment Point Pos) yang meliputi :

- Pembayaran : Adira, FIF, OTO, BAF, WOM, VERENA, Columbia, Finansia, Suzuki, PLN, dll.

- Telepon : Telkomsel, Satelindo, TELKOM, Nusa Pro, deposit Vnet, Pro XL, voucher isi ulang.
  - Asuransi : AIG LIPPO, Takaful
  - TV kabel : Indovision, Astro
  - Perbankan : E Batara Pos, KPR BTN, GE Finance, Citibank, Share E, Citibank, ABN Amro,dll
- c. Membuka layanan WU (Western Union) yaitu cara tercepat mengirim atau menerima uang dari seluruh dunia. Loker yang sudah melayani WU antara lain Kantor Pos Besar Surakarta, Kantor pos cabang Kartasuro, Solo Nusukan, Ngringo, Bekonang, Gondangrejo, dan Solo baru.
- d. Membuka Outlet-outlet diantaranya :
- Outlet WOM finance di kantor WOM finance
  - Outlet Kredit Plus di kantor Kredit Plus
  - Outlet FIF di dealer motor Cahaya
  - Outlet BAF di kantor BAF
  - Outlet Adira di kantor Adira (Via mobil keliling)
- e. Hari minggu tetap buka jam 9 pagi sampai jam 11 siang.
- f. Hari cuti bersama nasional tetap buka dengan layanan dinas terbatas dari jam 8 pagi sampai 11 siang
- g. Pelayanan pos Sarling (Pos Pemasaran Keliling)
- h. Memperbanyak jumlah loket untuk mengoptimalkan pelayanan
- i. Menerapkan pelayanan berbasis IT antara lain untuk produk SOPP, Kilat Khusus, Pos Express, WU, Wesel, dll.

### **BAB III**

#### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini peneliti akan memfokuskan pembahasan mengenai pengembangan produk layanan dalam upaya meningkatkan pelayanan publik di Kantor Pos Besar Surakarta terutama pengembangan produk suratpos, weselpos, serta System Online Payment Point (SOPP).

Dalam menghadapi persaingan dunia usaha dan kemajuan teknologi, salah satu strategi bisnis Kantor Pos Besar Surakarta untuk meningkatkan daya saing adalah dengan melakukan pengembangan produk layanan antara lain dengan mengevaluasi kembali dan memodifikasi produk-produk jasanya. Berbagai macam perkembangan di masa sekarang harus terus diikuti, untuk itu dalam rangka memperluas jaringan dan fungsi pelayanan kepada publik, Kantor Pos Besar Surakarta terus mengembangkan berbagai inovasi produk layanan terutama yang berbasis jaringan teknologi informasi dengan tujuan memudahkan masyarakat dan meningkatkan pelayanannya. Merupakan suatu kenyataan yang harus dihadapi bahwa kehadiran teknologi komunikasi dan informasi yang semakin deras membuat Kantor Pos Besar Surakarta harus melakukan perubahan sarana dan prasarana melalui dukungan teknologi informasi agar mampu menunjang dalam proses operasi dan bisnisnya.

Bisnis utama PT Pos Indonesia yaitu, layanan komunikasi, logistik dan keuangan diharapkan proses serta alur kerjanya baik collecting, processing dan transporting sampai dengan delivery akan dapat terhubung melalui jaringan track

dan trace serta dapat diakses oleh pengguna jasa melalui jaringan internet. Oleh karena itu sangat dibutuhkan produk-produk Kantor Pos Besar Surakarta yang berbasis IT, keberadaan teknologi informasi ini harus berjalan dengan didukung infrastruktur yang dikelola secara profesional. Kekuatan dalam jaringan virtual, jika didukung oleh kelengkapan jaringan fisik yang dapat diakses di seluruh penjuru tanah air akan menjadi modal Kantor Pos Besar Surakarta untuk melayani pelanggannya. Upaya-upaya diatas sesuai dengan kebijakan pokok PT Pos Indonesia yaitu "Catur Sukses Sapta Pedoman" yang terdiri dari :

- Catur Sukses :
  1. Sukses manajemen
  2. Sukses pelayanan
  3. Sukses peningkatan kualitas SDM
  4. Sukses Kaderisasi
- Sapta Pedoman :

Dua modal dasar :

1. Kerjasama
2. Kesisteman

Dua strategi :

1. Pembinaan SDM
2. Peningkatan mutu pelayanan

Tiga sasaran pokok :

1. Kepuasan pelanggan
2. Komitmen terhadap pelayanan umum

### 3. Hasil terbaik

Pembahasan ini difokuskan pada pengembangan produk suratpos, weselpos dan SOPP serta peningkatan pelayanan publik yang dicapai oleh Kantor Pos Besar Surakarta melalui pengembangan ketiga produk tersebut. Hal ini sesuai dengan yang diutarakan pada bab sebelumnya dan sebagai batasan ruang lingkup penelitian ini.

#### **A. Pengembangan produk layanan di Kantor Pos Besar Surakarta**

Pengembangan produk layanan merupakan salah satu strategi bisnis yang dilakukan oleh suatu badan usaha dengan tujuan meningkatkan pelayanan, serta memenuhi kebutuhan pelanggan. Suatu badan usaha jika ingin tetap eksis ditengah persaingan sudah selayaknya mengembangkan produknya untuk mengikuti perkembangan. Begitu juga yang dilakukan oleh Kantor Pos Besar Surakarta, tuntutan dan kebutuhan konsumen yang semakin kompleks menjadi salah satu alasan dilaksanakannya pengembangan produk layanan. Pengembangan produk layanan yang dilaksanakan oleh Kantor Pos Besar Surakarta semuanya sudah diatur oleh kantor pusat mulai dari perencanaan sampai adanya produk tersebut. Pengembangan yang dilakukan dapat dikategorikan menjadi tiga yaitu penciptaan produk baru, perbaikan produk lama dan modifikasi produk lama.

Hal tersebut sebagaimana diungkapkan oleh Bapak Seno Aji selaku Supervisor pemasaran korporat sebagai berikut :

“ Dalam rangka meningkatkan pelayanan pada masyarakat, Kantor Pos Besar Surakarta memang melaksanakan pengembangan produk layanan, tetapi semua proses pengembangan baik itu penciptaan produk baru maupun perbaikan produk lama semuanya dari pusat. Jadi pusat yang

merencanakan, memproses sampai meluncurkan, kami di tingkat lokal hanya melaksanakan saja.”

( Wawancara, 20 Desember 2008)

Hal senada diungkapkan oleh bapak Haris selaku Staf pada bagian pemasaran korporat sebagai berikut :

“ Kalau pengembangan produk yang ada disini semuanya sudah dari pusat *mbak*, tidak ada produk baru dari lokal, kita disini cuma melaksanakan saja. Pengembangan yang dilakukan banyak sekali kalau dibahas satu persatu *ya* terlalu banyak, tapi intinya melalui inovasi produk baru dan evaluasi produk lama entah itu diperbaiki ataupun dimodifikasi. Kalau tujuannya *ya* untuk mengikuti perkembangan dan kemajuan teknologi, juga untuk tetap eksis ditengah persaingan, walaupun yang utama *ya* untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berkembang juga”

( Wawancara, 20 November 2008)

Pendapat senada dikemukakan oleh ibu Hardjo Sumarto selaku konsumen dari Kantor Pos Besar Surakarta sebagai berikut :

“Saya ini dari dulu pelanggan kantor pos, yang saya lihat sekarang kantor pos solo sudah banyak berkembang *mbak*. Layanannya sekarang macam-macam, mau ngirim apa saja cepat tidak lama lagi seperti dulu, pelayanannya juga semakin baik, selain itu sekarang saya bisa membayar apa saja di kantor pos, bayar telpon, listrik, pajak, tagihan sepeda motor.”

(wawancara 28 Januari 2009)

Pengembangan yang dilaksanakan oleh Kantor Pos Besar Surakarta saat ini telah menghasilkan berbagai macam produk yang masing-masing dimaksudkan untuk memudahkan masyarakat dalam memperoleh pelayanan yang cepat, tepat, dan sesuai kebutuhan. Berikut ini gambaran secara lengkap produk Kantor Pos Besar Surakarta setelah dilakukan pengembangan produk:

#### 1. Produk Reguler

- Surat standar
- Surat kilat
- Surat kilat khusus

- Surat tercatat
- Kartupos standar
- Surat perlaksus standar
- Suratpos PT. Pos Indonesia
- Barang cetakan dalam negeri standar
- Paketpos biasa
- Paketpos kilat khusus
- Paketpos optima

## 2. Pos Internasional

- Surat pos udara
- Surat bukan pos udara
- Surat tercatat PU
- Kartupos pos udara
- Kartupos bukan pos udara
- Barang cetakan luar negeri standar
- Express mail service (EMS)
- Expresspost prioritas
- Weselpos internasional
- Western union
- Paketpos LN biasa
- Paketpos LN kilat
- Kantong luar negeri via KBM dinas
- Kantong luar negeri via udara



3. Express

4. Keuangan

- Weselpos standar
- Weselpos prioritas (instan)
- Weselpos prima
- Weselpos bayar di tempat
- Weselpos kemitraan standar
- Weselpos kemitraan
- Giropos AW standar
- Giropos DW standar
- Giropos kemitraan DW standar
- Ditjen pajak SOPP
- Tagihan bea pabean
- Angsuran kredit ABN Amro
- Angsuran kredit Adira Finance SOPP
- Angsuran kredit Bank Perserikatan Indonesia
- Angsuran kredit Bank Swansarindo Internasional
- Angsuran kredit BBAI
- Angsuran kredit BPKPP / KPR ASABRI
- Angsuran kredit BRI
- Angsuran kredit BTN
- Angsuran kredit BTPN
- Angsuran kredit Citibank

- Angsuran kredit FIF SOPP
- Angsuran kredit Suzuki Finance
- Angsuran kredit HSBC SOPP
- KPR BTN SOPP
- Busan Auto Finance
- Satelindo pasca bayar SOPP
- PT. Telekomunikasi Indonesia SOPP
- Telkomsel pasca bayar SOPP
- IM3 Bright SOPP
- Kartu kredit ABN Amro SOPP
- Kartu kredit Citibank SOPP
- Kartu kredit GE Auto Retail SOPP
- Kartu kredit GE Carrefour (silver) SOPP
- Kartu kredit GE Carrefour (gold) SOPP
- Kartu kredit GE Classic (Extra dan Rimo) SOPP
- Kartu kredit GE Extra Cash SOPP
- Rekening PLN
- Pembayaran Xlink
- Kartu kredit GE MCE SOPP
- Kartu kredit HSBC SOPP
- OTO Summit SOPP
- Voucher Nusapro SOPP
- Pensiun ASABRI

- Pensiun Pertamina
  - Pensiun Taspen
  - Penyaluran dana JPS Depag
  - Penyaluran dana JPS Depdiknas
  - Penyaluran dana JPS Depsos
  - Pembayaran dana non JPS
  - Premi AIG Lippo Pundipos SOPP
  - Premi Wana Artha Life SOPP
  - Asuransi Takaful
  - Tabanas Batara BTN SOPP
  - Tabungan Bank Muamalat (Shar-e) SOPP
  - Vnet
5. Retail
- Benda materai
  - Sampul flaterate
  - Sampul dan formulir
  - Kotakpos
  - Bungkus ulang
6. Direct Mail
7. Total Logistic
- Lalu bea
8. Filateli
- Perangko

- Mesin prangko
- Porto dibayar
- Prangko kemas
- Prangko prisma
- Prangko filateli

## 9. Treasury

### **A. 1 Pengembangan produk layanan dengan menciptakan produk baru**

Salah satu cara pengembangan produk adalah melalui penciptaan produk baru, dalam arti membuat produk baru yang sebelumnya belum pernah ada. Produk baru yang diciptakan oleh PT Pos Indonesia (Persero) yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah produk SOPP (System Online Payment Point). Kantor pos dalam jaringan SOPP merupakan cara tercepat, mudah dan praktis dalam melakukan setoran tabungan, pembayaran tagihan telepon, listrik, selular, asuransi, dan kredit, pembayaran pajak serta isi ulang pulsa selular. Keberadaan layanan jasa keuangan melalui SOPP dimaksudkan untuk mempermudah masyarakat yang akan melakukan transaksi pembayaran. Latar belakang diluncurkannya SOPP adalah bahwa PT Pos Indonesia mengetahui akan kebutuhan masyarakat untuk melakukan berbagai macam pembayaran rekening-rekening serta tagihan yang harus dibayar di masing-masing tempat. Dengan jaringan Kantor Pos yang begitu banyak dan tersebar di berbagai penjuru pelosok daerah PT Pos Indonesia berusaha untuk mempermudah hal tersebut dengan menyediakan layanan satu atap saja. Hal ini sebagai bukti bahwa PT Pos

Indonesia berupaya memahami kebutuhan serta keinginan konsumennya. Dengan adanya layanan ini diharapkan masyarakat sampai di desa kecil pun dapat melakukan transaksi keuangan dengan mudah karena dapat melakukan berbagai macam pembayaran hanya di satu tempat saja yang sudah tersebar hampir di tiap kecamatan. Kantor Pos Besar Surakarta sendiri telah melayani layanan SOPP dengan berbagai macam mitra bisnis. Seperti yang diungkapkan Bapak Kukuh Hidayat selaku Supervisor Pelayanan I sebagai berikut:

“Layanan SOPP memang sudah ada di Kantor Pos Besar Surakarta, disini kami membantu masyarakat supaya lebih mudah melakukan transaksi pembayaran karena sistemnya sudah online. Jadi masyarakat tidak perlu lagi bolak balik ke beberapa tempat untuk membayar tagihan atau cicilan misalnya, cukup ke kantor pos saja semuanya sudah beres, dalam hitungan menit, layanan sudah selesai.”  
(wawancara, 7 Januari 2009)

Hal ini diperkuat dengan pernyataan dari ibu Indah selaku Staf bagian SOPP sebagai berikut :

”Kantor Pos Besar Surakarta memang sudah melayani SOPP berupa layanan pembayaran tagihan, rekening, maupun pajak dengan banyak mitra yang sudah kami rangkul. Dengan begitu masyarakat *nggak* perlu jauh-jauh kalau ingin melakukan pembayaran karena kantor pos terdekat sudah bisa melayani. Adanya produk ini memang karena kami menyadari bahwa kebutuhan masyarakat untuk melakukan berbagai transaksi keuangan semakin banyak sementara kami punya jaringan yang luas sampai di kecamatan-kecamatan jadi produk ini diharapkan dapat mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi pembayaran.”  
(Wawancara, 21 Januari 2009)

Adanya layanan SOPP menurut masyarakat memang banyak membantu masyarakat dalam melakukan pembayaran seperti yang diungkapkan Bapak Wegig Sutanto selaku Konsumen Kantor Pos Besar Surakarta sebagai berikut :

“Dengan layanan SOPP seperti sekarang *kalo* menurut saya banyak menguntungkan konsumen apalagi yang *nggak* punya banyak waktu luang seperti saya. Kalo dulu tiap bulan harus *wira wira* ke telkom, PLN, dan bank untuk bayar tagihan, kalo sekarang tinggal ke kantor pos saja semua sudah bisa dilayani, selain tidak dikenakan biaya, jarang juga kita harus mengantri kecuali dihari-hari sibuk.”

(Wawancara, 25 Januari 2009)

Layanan SOPP yang dilaunching oleh PT Pos Indonesia sejak 27 September 2002 merupakan layanan One Stop Payment yang berbasis elektronik yang disiapkan untuk dapat melayani transaksi Pembayaran tagihan, Penerimaan setoran, Penarikan tunai, transaksi tabungan, dll yang terhubung secara real time online dengan mitra bisnis PT Pos Indonesia dengan jangkauan kantor pos di seluruh Indonesia yang tergabung dalam jaringan SOPP. Dengan system online layanan ini mampu menerima setoran ataupun pembayaran secara cepat dan akurat hanya dalam waktu beberapa menit. Kantor Pos Besar Surakarta saat ini telah melayani pembayaran dengan mitra bisnis sebagai berikut :

Tabel 3.1

**Daftar Mitra Layanan System Online Payment Point (SOPP)  
Kantor Pos Besar Surakarta**

Ditjen Pajak	Bakti finance	HSBC
Adira finance	U finance	CITI BANK
FIF	Verena finance	DP SIP DANAMON
Adira Quanrum	ITC finance	BANK MUAMALAT (SHAR'E)
AIG Lippo	GE Consumer finance	BTN
PLN	Kredit Plus finance	WANA ARTA
Telkom	KUKM finance	COLOMBIA
Telkomsel (Halo)	Tunas finance	Asuransi Takaful
Indosat (IM3 bright, Matrix)	Suzuki finance	Indo Vision
Pro XL (X Plor)	Summit OTO finance	Astro
ABN AMRO	Semesta	Deposit V-Net

Sumber : Bagian Pelayanan Kantor Pos Besar Surakarta

Untuk jangkauan layanan SOPP di surakarta, hampir semua kantor pos cabang sudah tergabung dalam jaringan SOPP. Dari 22 kantor pos cabang yang ada di Surakarta, hanya 3 cabang yang belum tergabung dalam jaringan SOPP yaitu Solo Gading, Solo Purwosari dan Cengklik, selebihnya sudah dapat mengakses layanan SOPP. Hal ini seperti yang diungkapkan Bapak Kukuh Hidayat selaku Supervisor Pelayanan I sebagai berikut :

“Untuk jangkauan layanan hampir semua kantor pos cabang bisa mengakses, hanya 3 yang belum bisa yaitu Purwosari, Cengklik dan Gading. Ini berarti masyarakat dapat menjangkau layanan SOPP tanpa harus jauh-jauh ke Kantor Pos Besar, cukup ke kantor pos di kecamatan terdekat saja.”

(Wawancara, 7 Januari 2009)

Hal senada diungkapkan salah satu konsumen yaitu Bapak Suryadi sebagai berikut :

“ Rumah saya di bekonang, lumayan jauh dari Kantor Pos Solo, biasanya *kalo* untuk membayar tagihan-tagihan saya cukup ke kantor pos bekonang saja, *ndak* perlu repot-repot ke solo, kecuali kalau mau ngirim surat atau

paket supaya lebih cepet *sampe* ya memang perlu ke kantor pos solo, tapi untuk pelayanan keuangan kan sistemnya sudah online jadi cukup dari kantor pos bekonang saja.”

(Wawancara, 5 Februari 2009)

Sebelum ada SOPP layanan keuangan di Kantor Pos Besar Surakarta masih sangat minim karena belum bisa melayani berbagai macam transaksi pembayaran seperti sekarang, layanan keuangan yang adapun masih diberikan secara manual. Hal ini diungkapkan oleh Ibu Indah selaku Staff pada bagian SOPP sebagai berikut :

“Sebelum ada SOPP kami belum bisa melayani transaksi keuangan seperti sekarang, kami hanya melayani pembayaran cicilan Adira dan FIF, itupun tidak online dengan kantor Adira dan FIF nya, selain itu juga masih *pake* resi manual.”

(Wawancara, 21 Januari 2009)

Hal ini dibenarkan oleh Bapak Seno Aji selaku Supervisor pemasaran korporat sebagai berikut :

“Bisnis keuangan di Kantor Pos Besar Surakarta sebelum ada SOPP hanya sebatas pembayaran pensiunan dan giro serta beberapa penerimaan angsuran kredit, tapi semuanya masih belum online. Sekarang pengembangannya produk-produk ini sudah berbasis ke IT. Pembayaran pajak tabungan sekarang sudah online. Dengan SOPP sekarang orang ke kantor pos sudah bisa bayar apa saja, biar kantor pos tidak kalah dengan bank.”

(Wawancara, 20 Desember 2008)

Sebagai produk yang baru dan belum ada sebelumnya, tentunya ada kendala yang dihadapi dalam pengoperasian produk ini. Termasuk bagaimana agar produk ini diketahui oleh masyarakat luas. Cara-cara yang ditempuh Kantor Pos Besar Surakarta dalam mempublikasikan layanan SOPP akan mempengaruhi bagaimana respon konsumen terhadap layanan ini. Hal ini diungkapkan oleh Ibu Indah selaku Staf bagian SOPP sebagai berikut :



“Secara umum kesulitan tidak ada karena aplikasinya mudah, masalah atau kesulitan muncul kadangkala saat ada download atau item aplikasi yang baru, jadi butuh waktu untuk mempelajari aplikasi yang baru. Untuk kendala biasanya terjadi saat ada gangguan dalam system, sehingga kami tidak bisa connect dengan mitra, otomatis kami jadi tidak bisa melayani pelanggan. Kalau untuk publikasi layanan SOPP kami menggunakan brosur-brosur, pamflet, spanduk, dll baik itu di tempat-tempat publik maupun di kantor pos sendiri. Sejauh ini media pemasaran yang kami pakai sudah bisa menjaring banyak pelanggan, terbukti banyaknya konsumen yang menggunakan layanan SOPP dan responnya pada layanan ini juga semakin baik”

(Wawancara, 21 Januari 2009)

Pendapat senada diungkapkan Bapak Kukuh Hidayat selaku Supervisor pelayanan I sebagai berikut :

“Untuk kesulitan yang dihadapi sebagian besar disebabkan karena adanya gangguan pada system, terkadang ada gangguan yang menyebabkan kami tidak bisa connect dengan instansi mitra, kalau sudah begitu ya tidak bisa melayani pelanggan. Akibatnya ya bisa mengecewakan pelanggan yang sudah datang ke sini. Kalau untuk pemasaran layanan SOPP, selain lewat brosur, spanduk, kami juga mempublikasikan lewat radio ataupun event-event tertentu yang diadakan Kantor Pos Besar Surakarta, *kayak* yang sekarang sedang digelar di Solo Grand Mall. Respon masyarakat sejauh ini bagus, bahkan bisa dikatakan tinggi karena makin banyak masyarakat yang tau dan menggunakan layanan SOPP.”

(Wawancara, 7 Januari 2009)

Pernyataan ini diperkuat oleh Ibu Hardjo Sumarto selaku konsumen Kantor Pos Besar Surakarta sebagai berikut :

“Saya tahu SOPP dari spanduk di Kantor Pos Solo *mbak*, ternyata benar untuk bayar macam-macam tagihan bisa. Biasanya di sini saya bayar pajak, telpon, listrik, cicilan sepeda motor dan kartu kredit. Menurut saya pelayanannya sudah bagus, kita tinggal bayar di loket masukkan data transaksinya sudah selesai, cepat dan tidak dipungut biaya juga. Kalau pelayanannya bisa dipertahankan seperti ini *ya* bisa diandalkan juga karena memang memudahkan konsumen, *mbak*.”

(Wawancara, 28 Januari 2009)

## A. 2 Pengembangan produk layanan dengan memodifikasi produk lama

Selain melalui penciptaan produk baru, pengembangan produk dapat dilakukan melalui modifikasi produk lama. Produk lama PT Pos Indonesia yang dimodifikasi menjadi lebih baik adalah layanan wesel pos. Pengertian wesel seperti tertuang dalam UU No. 6 Tahun 1984 pasal 9 tentang pos menyebutkan bahwa wesel pos adalah sarana pengiriman uang melalui pos. Jasa pengiriman wesel adalah jasa pengiriman uang lewat pos dari dan ke dalam kota, luar kota maupun luar negeri.

Perkembangan teknologi telah memberikan berbagai kemudahan dalam transaksi pengiriman uang misalnya lewat mobile banking atau ATM yang keberadaannya sudah menjamur, selain itu ketatnya persaingan dengan lembaga perbankan membuat PT Pos Indonesia melakukan modifikasi terhadap layanan wesel. Pengiriman wesel dahulu sebelum ada pengembangan produk bisa memakan waktu sehari-hari, tapi sekarang layanan wesel pos telah dimodifikasi menjadi bermacam-macam pilihan sesuai kebutuhan konsumen. Kantor Pos Besar Surakarta juga telah menyediakan layanan wesel pos yang telah dikembangkan ini, hal ini seperti yang diungkapkan oleh Bapak Seno Aji selaku supervisor pemasaran korporat sebagai berikut :

“betul *mbak*, Kantor Pos Besar Surakarta memang melakukan pengembangan produk layanan wesel pos. Tapi perlu dicatat, semuanya sudah diatur pusat dan kami disini cuma melaksanakan saja. Sekarang produk wesel pos sudah dimodifikasi menjadi banyak pilihan, dan sebagian besar sudah online. Kalau dulu ngirim wesel seperti ngirim surat, sekarang sudah beda *mbak*, tinggal masukan data saja.”

(Wawancara, 20 Desember 2008)

Hal senada diungkapkan oleh Bapak Ahmad Yani selaku Staf bagian wesel pos sebagai berikut :

“Ya, Kantor Pos Besar Surakarta melayani pengiriman wesel dengan banyak pilihan layanan. Wesel sekarang ini beda dengan wesel yang dulu. Seperti yang kita layani sekarang disini, *yaa* untuk mengimbangi kebutuhan konsumen *lah*. Konsumen sekarang bisa memilih layanan mana yang akan dipakai, bisa disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan.”  
(Wawancara, 21 Januari 2009)

Pernyataan tersebut diperkuat oleh salah satu konsumen yaitu Bapak Tukimin sebagai berikut :

“Saya sering pakai layanan wesel di sini, hampir sebulan sekali saya dapat kiriman uang dari anak saya yang kerja di parepare. Anak saya *kan* kerjanya di kampung pinggiran parepare, disana *ndak* ada ATM *mbak*, yang paling dekat adanya kantor pos. Tiap bulan saya *ngambil* kiriman wesel dari anak saya di Kantor Pos Besar Surakarta “  
(Wawancara, 3 Februari 2009)

Latar belakang dilakukannya pengembangan produk wesel antara lain karena tuntutan kebutuhan konsumen yang membutuhkan kecepatan waktu dalam pengiriman uang, selain itu pengembangan dilakukan sebagai antisipasi ditengah berkembang pesatnya teknologi dan semakin majunya dunia perbankan yang memberikan berbagai kemudahan pada masyarakat dalam melakukan pengiriman uang seperti ATM, mobile banking, e banking, dll. Latar belakang pengembangan layanan wesel pos juga diungkapkan oleh Bapak Ahmad Yani selaku Staf bagian wesel sebagai berikut :

“*kalo* untuk latar belakang *ya* pastinya untuk mengikuti perkembangan *lah*, kalau mau terus maju *ya* harus ada perubahan. Sekarang teknologi kan sudah maju, bank sudah banyak, kalo kantor pos begitu-begitu saja *ya* bisa ketinggalan kereta kami. Tapi disamping itu yang jadi alasan utama *ya* untuk memuaskan pengguna jasa. Karena kami kan punya jaringan yang luas sampai ke pelosok-pelosok, sarana juga sudah banyak tersedia, jadi apa salahnya dimanfaatkan untuk meningkatkan pelayanan, supaya pelanggan semakin puas menggunakan layanan kami.”

(Wawancara, 21 Januari 2009)

Hal senada diungkapkan bapak Kukuh Hidayat selaku supervisor pelayanan I sebagai berikut :

“Latar belakangnya sudah pasti untuk menyesuaikan dengan perkembangan yang ada. Perkembangan bukan juga dari sisi pesaing kantor pos, tapi juga dari sisi pengguna jasa. Kebutuhan dan tuntutan pengguna jasa semakin lama semakin kompleks dan kami diuntut untuk dapat memenuhi keinginan pengguna jasa dan karena itulah layanan wesel dikembangkan.”

(Wawancara, 7 Januari 2009)

Modifikasi wesel dilakukan dengan menambah jenis layanan wesel pos dengan biaya dan waktu tempuh sesuai keinginan kosumen, yang tentunya akan mempengaruhi kecepatan pengiriman wesel. Sebelum pengembangan layanan wesel diberlakukan seperti layanan surat biasa (surat berprangko), dimana jangka waktu pengirimannya memakan waktu berhari-hari sesuai dengan alamat tujuan, semakin jauh alamat tujuan maka semakin lama waktu pengirimannya. Produk layanan wesel yang ada di Kantor Pos Besar Surakarta setelah pengembangan dapat dilihat dalam tabel berikut :

Penjelasan lebih rinci mengenai modifikasi layanan wesel pos diungkapkan oleh Bapak Ahmad Yani selaku Staf bagian wesel sebagai berikut :

“Jadi untuk pengembangannya begini, dulu itu *kan* orang mau kirim uang pakai wesel waktunya lama tergantung jauh dekatnya tujuan karena weselnya diberlakukan seperti surat berprangko biasa, jadi si penerima untuk menguangkan wesel harus nunggu kartu weselnya sampai baru bisa diuangkan. *Lha* kalau pengembangannya sekarang ini layanan wesel jadi banyak pilihannya, kami punya wesel prima yang bisa sampai dalam waktu 1-2 hari, atau kalau mau yang hitungan menit ada wesel instan untuk layanan internasionalnya ada western union, terus ada juga wesel pos bayar ditempat dimana pengantar kartu wesel itu sudah membawa uang, jadi penerima tidak perlu jauh-jauh menguangkan ke kantor pos. Layanan-layanan wesel ini sudah pake system online jadi waktu kirimnya juga tidak lama, tapi untuk wesel standar juga masih kami layani. Jadi sekarang masyarakat sudah bisa memilih, mau yang cepat atau mau yang hitungan menit sampai atau mau yang agak lama sampainya juga ada, tentunya dengan biaya kirim yang berbeda-beda, tinggal disesuaikan sama kebutuhan dan kemampuan.”

(Wawancara, 21 Januari 2009)

Hal tersebut juga diperjelas oleh Bapak Seno Aji selaku Supervisor pemasaran korporat sebagai berikut :

“Untuk pengembangan wesel pos sendiri sekarang selain wesel standar sudah ada yang namanya weselpos prima, jadi transaksinya online pengirim tinggal setor uang dan sebutkan data, selanjutnya kartu weselnya kita cetak dan kirim paling lambat 2 hari sudah sampai ke tujuan. Ada juga wesel pos prima dimana pengirim tinggal setor uang dan sebutkan data, nanti dapat PIN yang dipakai untuk si penerima mengambil uang, kalau ini semenit juga sudah selesai transaksinya, dan untuk layanan wesel ke luar negeri kami ada layanan western union, layanannya hampir sama dengan wesel instan bedanya bisa diambil di outlet manapun yang ada logo western union.”

(Wawancara, 20 Desember 2009)

Meski layanan perbankan sudah berkembang pesat, namun sejumlah kelompok termasuk di dalamnya kelompok tradisional masih tetap setia menggunakan jasa wesel pos. Ada banyak alasan diantaranya, lembaga keuangan seperti bank dianggap sebagai sesuatu yang eksklusif bagi beberapa kalangan.

Banyak kondisi yang seringkali membuat kalangan menengah ke bawah kurang nyaman, antara lain untuk masuk ke bank paling tidak harus berpakaian rapi, belum lagi situasi di dalam bank yang hampir segala sesuatunya terlihat eksklusif. Selain itu seringkali untuk bertransaksi nasabah harus harus mengantri, serta sebagian besar bank menerapkan larangan merokok dalam ruangan karena ruang pelayanannya ber AC. Oleh karena itulah masih banyak kalangan yang memilih layanan wesel pos, hal ini karena layanan di kantor pos berbeda dengan layanan di bank yang agak kaku. Layanan di kantor pos lebih terbuka, pelanggan bisa duduk menunggu sambil merokok. Sistem antrean tidak diterapkan secara kaku, dan jarang terjadi antrean panjang kecuali pada hari-hari tertentu.

Selain alasan diatas, keberadaan kantor pos yang sampai ke pelosok juga menjadi daya tarik masyarakat untuk menggunakan layanan ini. Banyak masyarakat yang lokasi tempat tinggalnya tidak tersentuh oleh layanan perbankan sehingga adanya layanan weselpos sangat membantu mereka. Sebagai produk yang mengalami pengembangan, tentu saja ada keunggulan dan kelemahan dari produk ini seperti yang diungkapkan Bapak Ahmad Yani selaku Staf bagian wesel sebagai berikut :

“Untuk keunggulan layanan wesel, selain sekarang sudah banyak pilihan, ada satu yang yang menjadi nilai plus kami yaitu jaringan kami yang sudah menjangkau hampir ke seluruh tanah air termasuk ke pelosok-pelosok.. beda dengan layanan perbankan yang tidak menjangkau ke pelosok. *Nggak ada kan ATM di kecamatan-kecamatan kecil?* jadi kami unggul dalam hal itu, apalagi kami bisa mengantar wesel sampai ke alamat penerima. Untuk Kantor Pos Besar Surakarta sendiri jangkauan layanan untuk produk weselpos standar, instant, prima dan bayar ditempat jangkauannya sudah sampai ke seluruh kantor pos cabang. Tapi untuk layanan western union memang yang bisa melayani baru Kantor Pos Besar Surakarta, cabang Kartasura, Nusukan, Ngringo, Bekonang, Gondangrejo, dan juga Solobaru. Selain itu untuk mengirim uang dengan

wesel, baik pengirim maupun penerima tidak harus punya rekening seperti kalo kita transfer lewat bank. Kalau untuk kelemahannya adakalanya data-data yang diberikan pengirim itu tidak valid jadi kami mengalami kesulitan dalam menyampaikan, resikonya ya terjadi keterlambatan. Jadi disini kevalidan data baik pengirim maupun penerima mutlak dibutuhkan karena kalau data tidak valid resikonya kami tidak bisa menyampaikan tepat waktu.”

(Wawancara, 21 Januari 2009)

Hal ini dipertegas oleh bapak Tukimin selaku konsumen Kantor Pos Besar

Surakarta sebagai berikut :

“Menurut saya layanan wesel dari kantor pos ini punya nilai lebih yang tidak dipunyai pihak lain. Dari segi jangkauan layanannya saja sudah bisa kelihatan, bisa menjangkau sampai ke wilayah yang terpencil dan pinggiran. Di tempat anak saya bekerja di pinggiran parepare itu jauh sekali dari bank. Tapi disitu ada kantor pos yang bisa melayani wesel. Kalau menurut saya ini bisa jadi andalan kantor pos terutama untuk melayani kejadian seperti saya ini. Kalau masalah kelemahan mungkin dari segi biaya yang menurut saya masih terlalu mahal kalau untuk bersaing dengan bank, selain itu dari segi keterlambatan tapi sejauh ini saya jadi pelanggan wesel jarang terjadi keterlambatan, ya sekali dua kali *lah mbak.*”

(Wawancara, 3 Februari 2009)

Sebagaimana produk lain yang mengalami pengembangan, dalam operasionalnya layanan wesel pos juga pasti mengalami kendala seperti yang diungkapkan Bapak Ahmad Yani selaku Staf bagian wesel sebagai berikut :

“ Biasanya kendala yang utama itu disebabkan data dari konsumen yang tidak valid. Terkadang pengirim itu cuma pakai nama panggilan saat ngisi data, jadi menyulitkan kami saat pemrosesan. Selain itu alamat masih banyak yang ngaku-ngaku, misalnya orang Sukoharjo atau Karanganyar ngakunya alamatnya Solo, jadi kami harus kerja 2 kali. Sortiran sudah masuk Solo, tapi setelah dicek ternyata alamat itu masuknya Karanganyar atau Sukoharjo. Itu kan jelas merugikan kami dan konsumen juga dari segi waktu. Tapi sejauh ini kendala itu bisa diatasi dan buktinya respon masyarakat menggunakan layanan wesel masih tinggi.”

(Wawancara, 21 Januari 2009)

Hal senada diungkapkan Bapak Kukuh Hidayat selaku Supervisor pelayanan I sebagai berikut :

“ Kendala dalam layanan wesel ini biasanya karena data tidak valid *mbak*, apalagi untuk yang online tanpa kartu fisik, kalau data tidak sesuai dengan tanda pengenal *ya* bisa rancu *mbak*. Jadi disini kami menerapkan aturan untuk data wesel harus sesuai dengan tanda pengenal, kalau tidak sesuai dengan tanda pengenal penerima *ya* tidak bisa mengambil. Wesel prima juga begitu, kadang datanya tidak valid, alamatnya tidak lengkap, namanya hanya nama sapaan, jadi memperpanjang proses kalau seperti itu *mbak*.”

(Wawancara, 7 Januari 2009)

### **A. 3 Pengembangan produk layanan dengan memperbaiki produk lama**

Cara lain yang ditempuh PT Pos Indonesia dalam mengembangkan produk layanannya adalah dengan memperbaiki produk lama. Dalam hal ini produk lama yang diperbaiki tersebut adalah produk suratpos. Kontribusi bisnis komunikasi terhadap pendapatan PT Pos Indonesia masih terhitung besar, Itulah sebabnya pengembangan di bidang bisnis komunikasi ini terus dilakukan untuk mengantisipasi persaingan di masa depan. Pengembangan bisnis komunikasi dilakukan salah satunya dengan cara menawarkan jasa layanan suratpos yang lebih inovatif. Tanpa adanya inovasi produk layanan, Kantor Pos Besar Surakarta bisa kalah bersaing dengan perusahaan sejenis. Era e-mail misalnya, sudah mampu menggeser dominasi penggunaan surat.. Pengembangan bisnis komunikasi dengan inovasi dan evaluasi produk layanan yang memberi jaminan ketepatan dan kecepatan sangat dibutuhkan masyarakat sekarang ini.

Layanan suratpos merupakan layanan komunikasi generasi pertama yang saat ini mengalami penurunan tajam karena harus bersaing dengan para pengelola jasa titipan, juga harus menerima kenyataan beralihnya sebagian konsumen kepada produk lain yaitu SMS dan produk teknologi informasi lainnya



seperti internet. Tapi perlu diketahui, kemajuan teknologi saat ini tetap tidak mampu menghilangkan unsur keotentikan dari sebuah informasi, khususnya melalui media persuratan. Banyak orang yang masih menganggap komunikasi melalui surat lebih memuaskan. Sehingga banyak orang masih memilih melakukan komunikasi melalui persuratan. Oleh karena itulah dilakukan pengembangan layanan surat pos.

Kantor Pos Besar Surakarta merupakan salah satu penyedia layanan perposan ditingkat lokal yang melaksanakan pengembangan produk layanan surat pos. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Seno Aji selaku Supervisor pemasaran korporat sebagai berikut :

“ Pengembangan produk suratpos memang dilaksanakan di Kantor Pos Besar Surakarta. Pengembangannya yaitu selain surat biasa (berprangko) semua produk suratpos sudah berbasis IT dan bisa dilacak lewat e pos. Selain itu munculnya produk baru pos express yang menjanjikan kecepatan pengiriman. Jadi sekarang tersedia produk surat biasa, kilat khusus, dan pos ekspres yang dari segi waktu tempuhnya berbeda-beda tentu saja dengan tarif yang berbeda juga.”  
(Wawancara, 20 Desember 2008)

Hal senada diungkapkan oleh bapak Kukuh Hidayat selaku Supervisor pelayanan I sebagai berikut :

“ Pada dasarnya bisnis utama PT Pos Indonesia itu kan bisnis komunikasi termasuk didalamnya bisnis persuratan. Begitu juga di Kantor Pos Besar Surakarta, saat ini kami menyediakan layanan surat standar (berprangko), surat kilat khusus, dan pos ekspres. Bisnis persuratan masih menjadi primadona, Pengiriman surat, barang maupun paket tak tergantikan dengan teknologi manapun, oleh karena itu dilakukan pengembangan yang tadinya mengirim surat hanya menggunakan prangko atau kilat khusus,sekarang sudah ada pos ekspres yang waktu tempuhnya lebih cepat dan sekarang kilat khusus dan pos ekspres sudah bisa dilacak lewat internet ataupun handphone menggunakan barcode.  
(Wawancara, 7 Januari 2009)

Meskipun teknologi SMS dan email lebih cepat, jasa pengiriman surat responnya tetap tinggi. Terutama segmen korporat, lembaga pemerintahan, maupun perbankan tetap membutuhkan pengiriman surat. Hal ini menunjukkan pelanggan yang menggunakan jasa pos masih cukup tinggi, karena memang tidak semua dokumen bisa diselesaikan dengan teknologi. Banyak pelanggan yang mempercayakan pengiriman dokumen dan surat-surat resmi pada kantor pos. Hal ini melatar belakangi dilakukannya pengembangan produk surat pos, seperti yang diungkapkan Bapak Seno Aji sebagai berikut :

“Walaupun teknologi semarak apapun tetap saja kedudukan surat tidak bisa tergantikan dengan apapun. Apa iya orang mau melamar pekerjaan *pake sms?ndak* mungkin kan?. Karena menyadari surat masih menjadi kebutuhan masyarakat Untuk mengantisipasi kondisi tersebut, PT Pos Indonesia telah melakukan upaya-upaya transformasi bisnis. Kita petakan bisnis yang bisa mengimbangi perkembangan teknologi dan sekaligus memanfaatkan teknologi informasi itu sendiri. Secara garis besar, bisnis utama kita adalah komunikasi, persuratan termasuk didalamnya. Jadi kita berupaya bagaimana produk surat pos ini memiliki keunggulan dan daya tarik bagi masyarakat ditengah arus persaingan. Selain itu bagaimana layanan ini bisa mengimbangi kebutuhan konsumen akan kecepatan dan ketepatan waktu.

(Wawancara, 20 Desember 2008)

Hal ini diperkuat dengan pernyataan Bapak Kukuh Hidayat selaku Supervisor pelayanan I sebagai berikut :

“ Yang melatarbelakangi tentu saja kebutuhan konsumen terhadap kecepatan waktu tempuh surat. Di jaman seperti sekarang diperlukan sarana komunikasi yang cepat dan efisien karena itulah muncul layanan pos ekspres dan dikembangkannya layanan kilat khusus dan pos ekspres dengan berbasis IT”

(Wawancara, 7 Januari 2009)

Sebelum pengembangan produk, layanan surat pos terdiri dari surat pos standar dan layanan kilat khusus yang masih belum berbasis IT. Surat standar merupakan surat yang dikirim dengan menggunakan perangk, jadi besarnya tarif

adalah sebesar perangko yang digunakan dan pastinya mempengaruhi kecepatan surat tersebut untuk sampai pada pengirim. Semakin besar nominal perangko yang dipakai, semakin cepat pula surat tersebut sampai ke penerima, itupun tergantung jarak antara kota kirim dengan kota terima, semakin jauh jaraknya semakin lama waktu tempuhnya begitu juga sebaliknya. Dengan waktu tempuh paling cepat adalah 2 hari setelah hari H surat tersebut dikirim. Hal ini tentu saja tidak efektif bagi pelanggan layanan yang membutuhkan kecepatan waktu karena pentingnya isi dokumen surat tersebut. Bagi pelanggan yang menginginkan waktu tempuh lebih cepat, ada kilat khusus yang waktu tempuhnya lebih cepat. Waktu tempuh layanan ini adalah 1x24 jam untuk hubungan langsung dan 2x24 jam untuk hubungan tidak langsung. Tetapi sebelum pengembangan layanan, produk kilat khusus belum berbasis IT dan masih manual.

Pengembangan yang dilakukan pada bisnis persuratan berupa produk surat pos ekspres dan produk kilat khusus yang sudah berbasis ke IT, jadi kedua produk ini dapat dipantau baik oleh pengirim maupun penerima dalam proses pengirimannya dengan menggunakan barcode yang ada di resi pengiriman. Lebih jauh tentang pengembangan yang dilakukan pada produk surat pos diungkapkan oleh Bapak Seno Aji selaku Supervisor pemasaran korporat sebagai berikut :

“ Pengembangan yang dilakukan pada layanan suratpos ada 2, pertama layanan kilat khusus sekarang telah dikembangkan dengan berbasis IT, kedua adanya layanan pos ekspres yaitu layanan yang waktu tempuhnya hanya sehari. Kedua layanan ini dapat dilacak dan dipantau oleh pengguna saat dikirim. Jadi layanan surat sekarang punya beberapa pilihan waktu tempuh mulai dari yang agak lama sampai yang next day service.”  
(Wawancara, 20 Desember 2008)

Hal senada diungkapkan Ibu Naniek Sri Lestari selaku pelanggan Kantor

Pos Besar Surakarta sebagai berikut :

“Yang saya tahu sekarang layanan surat di kantor pos ini tidak cuma surat pake perangko *ya mbak*, ada kilat khusus juga terus ada juga surat pos ekspres, saya pernah menggunakan layanan pos ekspres untuk ngirim lamaran kerja ke Cirebon, hari ini saya kirim besoknya sudah sampai. Di resi pengiriman juga ada pemberitahuan kalau kita bisa tau barang kiriman kita sudah sampai dimana pake nomor barcode yang ada di resi, ngeceknnya bisa lewat website PT Pos Indonesia atau lewat sms.”  
(Wawancara, 25 Januari 2009)

Pos kilat khusus adalah kiriman pos yang mendapat perlakuan istimewa dan pelayanan khusus baik di kantor asal, dalam proses pengiriman hingga disampaikan pada penerima. Waktu tempuh layanan ini adalah 1x24 jam antar tempat yang dihubungkan dengan angkutan langsung dan 2x24 jam antar tempat yang tidak dihubungkan dengan alat angkutan yang tidak langsung. Pengirim akan mendapatkan resi dimana pada resi tersebut terdapat nomor barcode yang dapat dipakai untuk mengetahui posisi kiriman, apakah sudah sampai atau sedang dalam proses pengantaran. Untuk melakukan pengecekan bisa melalui website PT Pos Indonesia yaitu [www.posindonesia.co.id](http://www.posindonesia.co.id) atau lewat sms ke nomor 8161 dengan cara Ketik : IPOS<spasi><NO.RESI KIRIMAN>.

Pos kilat khusus hanya dapat dikirim kepada kantor pos yang sudah termasuk dalam jaringan pos kilat khusus. Jaringan pos kilat khusus tersebut terbagi dalam :

- a. Jaringan pos kilat khusus umum yaitu semua kantor pos yang ditunjuk mengerjakan dinas pos kilat khusus, kantor ini dapat mengirim atau menerima surat kilat khusus antar kantor dalam jaringan timbal balik.

- b. Jaringan pos kilat khusus terbatas, yaitu kantor pos yang ditunjuk mengerjakan dinas pos kilat khusus tetapi hanya dapat mengirim atau menerima surat kilat khusus dari atau ke kantor-kantor tertentu yang telah ditetapkan secara timbal balik.
- c. Jaringan pos kilat khusus regional, yaitu kantor pos yang ditunjuk mengerjakan dinas pos kilat khusus tetapi hanya dapat menerima atau mengirim surat kilat khusus dari atau ke kantor-kantor tertentu yang sudah ditetapkan secara timbal balik dan satu sama lain berada dalam satu daerah pos.

Produk lain yang dikembangkan Pos Indonesia adalah produk Pos Express, yaitu produk yang mempunyai motto *quick, accurate and traceable* (cepat, tepat dan tertelusuri). Dengan Pos Express ketepatan dan kecepatan waktu menjadi prioritas utama dalam layanan ini. Pos Express di launching pada 30 Juni 2003 dan merupakan kelompok layanan bisnis komunikasi berbentuk dokumen atau barang yang diselenggarakan dalam zona-zona tertentu yang tergabung dalam jaringan. Adanya layanan ini dimaksudkan untuk menjamin kemanfaatan dan keamanan pelanggan yang melakukan transaksi suratpos serta menjamin suratpos yang diserahkan ke alamat yang dituju dengan cepat, tepat dan aman.

Jika terjadi keterlambatan, kerusakan atau kehilangan kiriman, PT Pos Indonesia menjamin ganti rugi kepada pelanggan. Ganti rugi diberikan apabila terjadi penyimpangan dari standar mutu layanan yang dapat merugikan pelanggan. Besarnya ganti rugi sangat bervariasi, mulai yang minimal sampai dengan batas maksimal. Dewasa ini jaminan keamanan kiriman pos mutlak dibutuhkan, karena

mengingat surat ataupun paket pos yang berisi dokumen atau barang mempunyai nilai yang sangat berarti dan sudah selayaknya dijamin keutuhannya.

Sama halnya dengan pos kilat khusus, surat pos ekspres juga dapat dilacak keberadaannya oleh pelanggan dengan menggunakan barcode yang ada di resi pengiriman. Pelacakan bisa melalui website PT Pos Indonesia di [www.posindonesia.co.id](http://www.posindonesia.co.id) maupaun dengan sms ke nomor 8161 dengan cara Ketik : EXPRESS<spasi><NO.RESI KIRIMAN>

Berikut ini adalah contoh hasil yang muncul ketika pengirim melacak kirimannya dengan memasukkan nomor barcode :

**Gambar 3.1**

**Hasil pelacakan status kiriman pos ekspres**



Sumber : [www.posindonesia.com](http://www.posindonesia.com)

**Gambar 3.2**

**Hasil pelacakan status kiriman pos kilat khusus**



Sumber : [www.posindonesia.com](http://www.posindonesia.com)

Seperti halnya produk lain, kilat khusus dan pos ekspres juga memiliki keunggulan dan kelemahan seperti yang diungkapkan oleh Bapak Kukuh Hidayat selaku Supervisor pelayanan I sebagai berikut :





1	JakartaPusat	10000	5,000	8,000	11,000	14,500	13,000
2	JakartaBarat	11000	5,000	8,000	11,000	14,500	13,000
3	JKTfatahillah	11100	5,000	8,000	11,000	14,500	13,000
4	Jakartaselatan	12000	5,000	8,000	11,000	14,500	13,000
5	Jakartamampang	12700	5,000	8,000	11,000	14,500	13,000
6	Jakartatimur	13000	5,000	8,000	11,000	14,500	13,000
7	Jakartajatinegara	13300	5,000	8,000	11,000	14,500	13,000
8	Jakartautara	14000	5,000	8,000	11,000	14,500	13,000
9	Tangerang	15000	5,000	8,000	12,500	16,500	15,000
10	Ciputat	15400	5,000	8,000	12,500	16,500	15,000
11	Bogor	16000	5,000	8,000	12,500	16,500	15,000
12	Depok	16400	5,000	8,000	12,500	16,500	15,000
13	Sawangan	16500	5,000	8,000	12,500	16,500	15,000
14	Cibinong	16900	5,000	8,000	12,500	16,500	15,000
15	Bekasi	17000	5,000	8,000	12,500	16,500	15,000
16	Pondokgede	17400	5,000	8,000	12,500	16,500	15,000
17	Medan	20000	5,500	9,500	17,000	22,000	20,000
18	Tebingtinggidei	20600	5,500	10,000	17,000	28,000	22,500
19	Binjai	20700	5,500	10,000	17,000	28,000	22,500
20	Pematangsiantar	21100	5,500	10,000	17,000	28,000	22,500
21	Kisaran	21200	5,500	10,000	17,000	28,000	22,500
22	Rantauprapat	21400	5,500	10,000	17,000	28,000	22,500
23	Kabanjahe	22100	5,500	10,000	17,000	28,000	22,500
24	Balige	22300	5,500	10,000	17,000	28,000	22,500
25	Tarutung	22400	5,500	10,000	17,000	28,000	22,500
26	Sibolga	22500	5,500	10,000	17,000	28,000	22,500
27	Padangsidempuan	22700	5,500	10,000	17,000	28,000	22,500
28	Gunungsitoli	22800	5,500	10,000	17,000	28,000	22,500
29	Bandaaceh	23000	6,000	11,000	18,000	30,000	24,000
30	Meulaboh	23600	6,000	11,000	18,000	30,000	24,000
31	Tapaktuan	23700	6,000	11,000	18,000	30,000	24,000
32	Sigli	24100	6,000	11,000	18,000	30,000	24,000
33	Lhokseumawe	24300	6,000	11,000	18,000	30,000	24,000
34	Langsa	24400	6,000	11,000	18,000	30,000	24,000
35	Kutacane	24600	6,000	11,000	18,000	30,000	24,000
36	Padang	25000	5,500	9,000	17,000	22,000	19,500
37	Pariaman	25500	5,500	9,500	16,000	26,000	21,000

(Selengkapnya lihat pada lampiran)

Sumber : [www.posindonesia.com](http://www.posindonesia.com)

Sementara untuk tarif surat pos express tergantung pada kota mana tujuannya serta berapa beratnya, tarif dari satu kota ke kota lain akan berbeda

sesuai jaraknya. Berikut ini adalah tarif surat pos express dengan berat 0-100 gram:

**Tabel 3.5**

**Tarif layanan pos ekspres kantor kirim Kantor Pos Besar  
Surakarta**

No	Kota tujuan	Berat (gram)	Tarif Layanan (Rp)
1	Jakarta	0-100	11500
2	Medan	0-100	18000
3	Padang	0-100	17500
4	Pekanbaru	0-100	17500
5	Batam	0-100	19000
6	Palembang	0-100	15500
7	Jambi	0-100	17500
8	Bandarlampung	0-100	16000
9	Tangerang	0-100	13500
10	Bogor	0-100	13500
11	Bekasi	0-100	13500
12	Bandung	0-100	11500
13	Semarang	0-100	5000
14	Jogjakarta	0-100	5000
15	Surabaya	0-100	11500
16	Denpasar	0-100	15500
17	Pontianak	0-100	20000
18	Balikpapan	0-100	21500
19	Banjarmasin	0-100	19000
20	Makasar	0-100	21500
21	Manado	0-100	24000

Sumber : Kantor Pos Besar Surakarta

Bagi pengguna jasa akan mendapatkan hak-hak antara lain :

- a. Menerima resi pada saat pengiriman sebagai bukti pengiriman sekaligus dipakai untuk melakukan komplain jika terjadi hal yang merugikan.
- b. Menerima ganti rugi jika dokumen atau barang yang dikirim rusak atau hilang atau terlambat sampai pada penerima.

Kiriman yang rusak, hilang, ataupun terlambat tidak mendapat ganti rugi apabila :

- a. Kerugian atau kerusakan yang disebabkan unsure kesengajaan oleh si pengirim.
- b. Isi kiriman tidak sesuai dengan pernyataan pengirim.
- c. Semua resiko teknis yang terjadi selama dalam pengangkutan, yang menyebabkan barang yang dikirim tidak berfungsi ataupun berubah fungsi baik yang menyangkut mesin atau sejenisnya maupun barang-barang elektronik seperti handphone, kamera, radio tape, dll.
- d. Kerugian atau kerusakan sebagai akibat oksidasi kontaminasi dan reaksi nuklir.
- e. Kerugian atau kerusakan sebagai akibat force majeure seperti bencana alam, huru hara ataupun perang.
- f. Kerugian yang tidak langsung atau untuk keuntungan yang tidak jadi diperoleh yang disebabkan oleh kekeliruan dalam penyelenggaraan pos (UU No. 6 Tahun 1984 pasal 12 ayat 7)

Perubahan yang dilaksanakan tentu saja dengan harapan meningkatnya respon konsumen terhadap layanan suratpos. Akan tetapi hal ini tidak akan mungkin terjadi tanpa adanya sosialisasi terhadap konsumen. Dengan layanan suratpos dahulu yang masih membutuhkan waktu tempuh berhari-hari dan belum berbasis IT, akan membuat citra surat pos sebagai layanan komunikasi yang lambat dan tidak efektif. Oleh karena itu sangat penting memperkenalkan pengembangan yang dilakukan pada produk surat pos kepada konsumen. Cara-

cara yang ditempuh Kantor Pos Besar Surakarta dalam mensosialisasikan produk surat pos diungkapkan oleh Bapak Kukuh Hidayat selaku Supervisor pelayanan I sebagai berikut :

“ Untuk sosialisasi pos ekspres dari spanduk-spanduk yang ada di kantor pos maupun diluar kantor pos, selain itu kami juga memperkenalkannya lewat event-event tertentu yang diadakan kantor pos, juga lewat sosialisasi ke kantor-kantor atau perusahaan-perusahaan. Kalau untuk kilat khusus saya rasa masyarakat sudah mengenal luas ya mbak, Cuma saja mereka kebanyakan belum tau kalau sekarang kirimannya bisa dilacak. Kalau informasi soal itu kami mencantumkan diresi pengiriman kalau barang yang dikirim bisa dilacak keberadaannya dan kemana pengirim bisa melacak.”  
(Wawancara, 7 Januari 2009)

Pernyataan ini diperkuat oleh Bapak Seno Aji selaku supervisor pemasaran korporat sebagai berikut :

“ Pemasaran kami lakukan lewat sosialisasi pada pelanggan-pelanggan baik perusahaan-perusahaan maupun kantor, lewat spanduk yang ada di ruang pelayanan dan diluar kantor pos, di website PT Pos juga sudah ada.”  
(Wawancara, 20 Desember 2008)

## **B. Peningkatan Pelayanan Publik**

Pelayanan publik yang berkualitas dan memuaskan merupakan pelayanan yang didambakan oleh setiap masyarakat, oleh karena itu setiap penyedia jasa harus berlomba-lomba menciptakan pelayanan yang berorientasi pada kepuasan pengguna jasa. Salah satunya adalah Kantor Pos Besar Surakarta, di tengah arus persaingan dengan penyedia jasa ekspedisi swasta dan di tengah berkembangnya teknologi, Kantor Pos Besar Surakarta harus selalu membuka mata untuk terus meningkatkan pelayanan publik. Salah satu langkah yang diambil untuk meningkatkan pelayanan publik adalah melalui pengembangan produk layanan.

Melalui pengembangan produk, diharapkan kebutuhan konsumen dalam hal kualitas pelayanan bisa terpenuhi. Karena pada dasarnya Kantor Pos Besar Surakarta adalah penyedia jasa, jadi bila konsumen puas, mereka akan terus menggunakan jasanya. Pelanggan bisa diibaratkan sebagai nafas perusahaan yang menentukan hidup atau tidaknya perusahaan, jadi sudah selayaknya konsumen dijadikan asset penting yang harus dipenuhi kebutuhannya akan kualitas pelayanan.

Pengembangan produk layanan yang dilaksanakan tentu saja memberikan pengaruh terhadap beberapa sendi perusahaan, salah satunya meningkatnya pelayanan publik. Dalam pembahasan kali ini, penulis akan menguraikan peningkatan pelayanan publik yang dicapai Kantor Pos Besar Surakarta melalui pelaksanaan pengembangan produk layanan. Peningkatan pelayanan publik yang akan dibahas pada penelitian ini adalah peningkatan pelayanan public yang dilihat dari jenis layanan, waktu layanan serta proses layanan.

### **B. 1 Peningkatan pelayanan publik dari segi jenis layanan**

Kompleksitas jenis layanan yang ada merupakan hal mutlak yang harus dipenuhi untuk meningkatkan pelayanan publik. Semakin banyak jenis layanan yang disediakan oleh penyedia jasa, maka konsumen bisa memilih layanan mana yang diinginkan yang disesuaikan dengan kemampuan finansialnya dan juga kebutuhannya. Kantor Pos Besar Surakarta telah melaksanakan pengembangan produk layanan yang telah menghasilkan produk baru dan juga produk hasil evaluasi dari produk lama. Peningkatan yang dicapai selalu dilihat dari segi

sebelum dan sesudah diadakannya perubahan, begitu juga untuk melihat peningkatan pelayanan publik yang dicapai Kantor Pos Besar Surakarta .

Kondisi pelayanan publik Kantor Pos Besar Surakarta sebelum adanya pengembangan produk seperti diungkapkan Bapak Kukuh Hidayat selaku Supervisor Pelayanan I sebagai berikut :

“ Sebelum ada pengembangan layanan kondisi layanan weselpos untuk mengirim wesel dari satu kota ke kota lain tergantung alat transportasi yang ada, yang dikirim adalah blangkonya, blangko itu untuk sampai pada penerima butuh waktu beberapa hari tergantung jauh dekatnya tujuan, setelah blangko sampai pada penerima baru si penerima bisa menguangkan blangko itu ke kantor pos terdekat. Untuk layanan SOPP dulu kan belum ada, tapi kondisi dulu sebelum ada SOPP kami hanya bisa melayani pembayaran pensiunan, giro, serta angsuran Adira dan FIF tapi masih lewat cara manual. Untuk layanan surat pos dulu yang ada surat standar, surat yang berprangko yang waktu tempuhnya agak lama tergantung jarak kota tujuannya. Adanya layanan ini *ya* karena kami adalah BUMN jadi masih punya misi sosial, jadi dengan tarif yang murah masyarakat sudah bisa berkirim surat, selain surat standar dulu juga ada surat kilat khusus tapi masih manual *mbak*, dan belum bisa dilacak seperti sekarang.”  
(Wawancara, 7 Januari 2009)

Ibu Hardjo Sumarto selaku konsumen Kantor Pos Besar Surakarta menyampaikan kondisi pelayanan sebelum ada pengembangan produk layanan sebagai berikut :

“Kalau dulu kan layanan wesel cuma ada satu layanan, yang sehari-hari sampainya itu, yang pakai kartu wesel. Kalau untuk layanan surat kebetulan saya juga sering menggunakan, kalau dulu adanya cuma surat berprangko, sampainya agak lama, ndak tentu juga waktu sampainya. Dulu juga ada kilat khusus, memang lebih cepat dari surat berprangko, tapi ya adakalanya juga ndak tepat waktu, dan waktu tempuhnya juga masih kalah dengan yang sekarang. Untuk layanan keuangan yang sering saya gunakan dari dulu saya dan suami saya biasa ambil pensiunan di kantor pos, sekarang habis ambil pensiun bisa sekalian bayar macam-macam tagihan di kantor pos juga.”  
(Wawancara, 28 Januari 2009)

Hal ini diperkuat dengan pernyataan Bapak Wegig Sutanto selaku konsumen Kantor Pos Besar Surakarta sebagai berikut :

“Dilihat dari jenis layanannya kalau dulu untuk wesel kan cuma ada satu macam layanan saja, setahu saya layanan wesel dulu makan waktu berhari-hari tidak seperti sekarang. Untuk layanan suratpos dulu yang biasa saya gunakan ya surat berprangko, ada *sih* kilat khusus tapi menurut saya perbedaannya tidak banyak jadi saya lebih pilih pakai perangko, beda dengan kilat khusus sekarang, harga segitu kita sudah dapat layanan yang bagus. Untuk layanan keuangan dulu, saya juga nggak begitu tahu tapi yang saya tahu sebelum ada SOPP adanya cuma layanan pembayaran pensiunan dan layanan giro.”

(Wawancara, 25 Januari 2009)

Dengan layanan yang masih sangat minimalis dan bisa dibilang ketinggalan jaman, tentu saja menyebabkan kekecewaan dari pihak konsumen. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Elizabeth Sri Suharni selaku konsumen Kantor Pos Besar Surakarta sebagai berikut :

“Kalau bicara soal layanan yang dulu, memang jauh sekali dengan yang sekarang. Bisa dibilang layanan yang dulu itu kurang bisa diandalkan. Saya jadi pelanggan setia kantor pos ya baru beberapa tahun ini setelah produk kantor pos macam-macam dan rata-rata sesuai sama yang saya cari. Kalau dulu saya masih berpikir 2x untuk pake layanan kantor pos, takut tidak tepat waktu dan lama.”

(Wawancara, 5 Februari 2009)

Hal yang sama diungkapkan oleh Ibu Indang selaku konsumen Kantor Pos Besar Surakarta sebagai berikut :

“Dulu waktu suami masih dinas di Mamasa, Polewali Mandar saya sering menggunakan wesel untuk berkirin uang dengan suami. Untuk satu kirim saja waktunya bisa sampai satu minggu, itupun baru blangkonya yang datang, jadi masih harus ke kantor pos lagi untuk menguangkan.”

(Wawancara, 5 Februari 2009)

Pengembangan yang telah dilaksanakan oleh Kantor Pos Besar Surakarta membawa perubahan dalam hal jenis layanannya, jenis layanan baru yang muncul

dan peningkatan pelayanan publik yang dicapai Kantor Pos Besar Surakarta setelah ada pengembangan produk antara lain adalah :

- a. Layanan wesel yang dulu hanya ada satu jenis layanan dan diberlakukan seperti surat berprangko sekarang telah muncul lima jenis layanan wesel yaitu:
  - Weselpos standart : layanan wesel dengan mengirimkan kartu wesel yang pada alamat pengirim. Proses pengirimannya tergantung jauh dekatnya tujuan dan kartu wesel ini dikirim dan diperlakukan seperti surat berprangko.
  - Weselpos prima : Layanan pengiriman uang untuk tujuan seluruh Indonesia dengan service level H+0/ H+1. yang dikirimkan dalam layanan ini masih kartu wesel, tapi system dan proses pengirimannya sudah online jadi waktu tempuhnya lebih cepat.
  - Weselpos Instan : Merupakan solusi untuk pengiriman uang secara cepat dan aman karena penerima dilengkapi dengan PIN dapat diambil diseluruh Kantor Pos dalam jaringan. Dalam layanan ini blangko hanya digunakan untuk entry data dan seluruh prosesnya sudah dilakukan secara online jadi tidak lagi mengirim bukti fisik melainkan mengirimkan data.
  - Weselpos Bayar ditempat : layanan ini prosesnya sama dengan layanan weselpos prima hanya saja kartu yang disampaikan pada penerima tidak perlu jauh-jauh diuangkan ke kantor pos melainkan cukup diuangkan pada pak pos yang mengantar kartu wesel tersebut.
  - Western Union : layanan untuk mengirim dan menerima uang dari dan keluar negeri. Prosesnya sama persis dengan weselpos instant, tinggal



entry data dan tanpa bukti fisik, hanya cukup menggunakan PIN untuk menguungkannya.

c. Layanan suratpos yang dulunya hanya ada surat berprangko dan surat kilat khusus yang masih manual setelah pengembangan produk jenis layanannya menjadi :

- Suratpos standar : sarana pengiriman pesan dan barang secara impresif untuk semua lapisan masyarakat. Biaya kirim berupa nominal perangko yang tertera dimuka kiriman. Keunggulannya antara lain biaya murah sangat terjangkau bagi semua lapisan masyarakat dan proses pengirimannya mudah karena dapat dikirimkan lewat manapun termasuk lewat bis surat atau pos keliling.
- Suratpos kilat khusus : Sarana pengiriman dokumen dan barang domestik yang cepat dengan jaringan terluas. Tarif kiriman tergantung pada jauh dekat kiriman dan berat kiriman. Keunggulannya antara lain kecepatan kiriman setara dengan layanan prioritas (SKH), kemudahan akses (jaringan sangat luas), tersedia fasilitas asuransi, jaminan ketepatan penyampaian kiriman (track & trace dengan barcode system)
- Pos ekspres : merupakan Jasa Kurir Cepat (Express Courier Service) dimana pengiriman hanya butuh waktu 1 hari (next day service). Layanan ini baru bias dilayani di 21 kantor pos besar yang tergabung dalam jaringan pos ekspres.

c. Layanan keuangan sebelum ada SOPP hanya dapat melayani pembayaran pensiunan, giro dan angsuran Adira serta FIF tapi masih dengan cara manual.

Sekarang telah ada produk baru System Online Payment Point (SOPP) yaitu layanan pembayaran secara online yang melayani transaksi pembayaran tagihan dan rekening dengan 33 mitra kantor pos.

Adanya peningkatan jenis layanan ini tentunya mempengaruhi pandangan dan minat masyarakat terhadap layanan Kantor Pos Besar Surakarta, apakah jenis layanan yang ada sekarang ini sudah dapat memenuhi dan memuaskan keinginan pelanggan. Hal ini diungkapkan oleh Bapak Tukimin selaku pelanggan Kantor Pos Besar Surakarta sebagai berikut :

“Saya rasa layanan yang sekarang ini sudah bagus, sudah lengkap dan banyak jenisnya. Kami selaku konsumen dapat memilih layanan mana yang mau dipakai. Wesel sekarang jenisnya banyak, begitu juga dengan SOPP dan suratpos, jadi bias disesuaikan mana yang dibutuhkan oleh konsumen.”  
(Wawancara, 3 Februari 2009)

Pendapat ini diperkuat oleh Ibu Indang selaku konsumen Kantor Pos Besar Surakarta sebagai berikut :

“Kalau menurut saya jenis layanan yang ada sekarang sudah cukup memenuhi kebutuhan pelanggan *kok*, dengan banyak pilihan pelanggan jadi bisa memperkirakan layanan mana yang ingin dipakai. Kalau dibandingkan dengan dahulu saya rasa jenis layanan yang sekarang sudah mengalami banyak kemajuan. Selama menggunakan layanan-layanan baru ini saya jarang dikecewakan. Intinya memang sudah baik, tapi tidak menutup kemungkinan kalau Kantor Pos Besar Surakarta mengembangkan layanannya lagi yang lebih canggih akan lebih bias menarik minat pelanggan.”  
(Wawancara, 25 Januari 2009)

## **B. 2 Peningkatan pelayanan publik dari segi waktu layanan**

Kecepatan dan ketepatan waktu layanan yang diberikan penyedia jasa selalu menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih jasa yang akan digunakan. Seiring berkembangnya kebutuhan konsumen, tuntutan akan kecepatan dan

ketepatan waktu layanan juga semakin tinggi. Hal inilah yang harus bisa dibaca oleh penyedia jasa layanan. Ketidaktepatan waktu layanan yang diberikan adakalanya merugikan konsumen misalnya ada dokumen penting perusahaan yang terlambat sampai yang tentu saja merugikan perusahaan itu, selain itu surat panggilan kerja yang terlambat diantarkan membuat seseorang kehilangan pekerjaan yang dinanti-nantikannya setelah sekian lama menganggur. Dari sini bisa terlihat betapa pentingnya aspek ketepatan dan kecepatan waktu layanan untuk menghindari kerugian material dan non material yang ditanggung konsumen, karena konsumen menggunakan suatu jasa bukan untuk dirugikan oleh penyedia jasa.

Kantor Pos Besar Surakarta sampai saat ini tengah melaksanakan peningkatan pelayanan publik terutama dari segi waktu layanan melalui pengembangan produk layanan. Pengembangan yang dilaksanakan diharapkan dapat membawa perubahan dari segi kecepatan dan ketepatan waktu layanan, entah itu waktu layanan di loket pengiriman maupun saat proses pengiriman. Kondisi pelayanan publik dari segi waktu layanan sebelum adanya pengembangan produk seperti yang diungkapkan Bapak Kukuh Hidayat selaku Supervisor pelayanan I sebagai berikut :

“Waktu layanan surat pos standar sebelum pengembangan produk paling cepat 2 hari dengan tujuan terdekat, semakin jauh tujuannya semakin lama pula waktu tempuhnya, nominal perangko yang dipakai juga mempengaruhi kecepatan pengiriman. Untuk kilat khusus waktu tempuhnya bisa lebih cepat antara H+2 dan H+3 atau 1x24 jam untuk hubungan langsung dan 2x24 jam untuk hubungan tidak langsung. Untuk layanan weselpos sama saja dengan layanan surat standar tadi, kartu wesel yang dikirim *kan* disamakan dengan surat berprangko jadi waktu tempuhnya dipengaruhi oleh jarak alamat tujuannya.”

(Wawancara, 7 Januari 2009)

Hal senada diungkapkan salah satu konsumen Kantor Pos Besar Surakarta,

Bapak Suryadi sebagai berikut :

“Layanan yang sering saya gunakan dari dulu sampai sekarang layanan surat pos, dulu waktu tempunya tidak secepat sekarang. Kalau nilai perangkonya besar ya waktu tempuhnya lebih cepat, tapi kalau nilai perangkonya sedikit ya jangan harap bisa cepat sampai. Apalagi kalau alamat yang dituju jauh dari kantor kirim. Dulu saya sering ngirim surat untuk keponakan-keponakan saya di Brebes, sampai kerumah keponakan saya bisa makan waktu 4 sampai 5 hari. Kalau dihitung-hitung memang lama, tapi ya gimana lagi dengan biaya yang segitu bisa dibilang murah, *mbak*. Kalau wesel setahu saya juga sama kan dengan waktu tempuhnya surat berprangko, itupun harus menguangkan lagi ke kantor pos, kalau menurut saya kurang praktis.”

(Wawancara, 5 Februari 2009)

Waktu tempuh yang lama, dimungkinkan akan menyebabkan layanan Kantor Pos Besar Surakarta semakin ditinggalkan oleh pengguna. Hal ini seperti yang diungkapkan Ibu Indang selaku konsumen Kantor Pos Besar Surakarta sebagai berikut :

“Sebagian besar layanan pos dulu memang waktu tempuhnya lama *mbak*, *ndak* surat *ndak* wesel sama saja. Kalau dibilang merugikan ya merugikan, adakalanya *tho* kita sudah harap-harap cemas *nunggu* kabar yang ada dalam surat itu atau *nunggu* kiriman uang dari wesel yang mungkin sangat mendesak mau digunakan, *lha* kalau waktu tempuhnya lama jelas merugikan pelanggan karena *ndak* efektif.”

(Wawancara, 25 Januari 2009)

Hal yang sama diungkapkan Ibu Hardjo Sumarto selaku konsumen Kantor Pos Besar Surakarta sebagai berikut :

“Kalau layanan yang lambat dan waktu tempuhnya sehari-hari seperti dulu jelas mengecewakan konsumen. Bisa saja barang, uang atau surat yang dikirim itu penting dan harus cepet sampai, kalau sekarang enak banyak pilihan, kalau masih kayak dulu ya mana bisa memuaskan konsumen.”

(Wawancara, 28 Januari 2009)

Setelah dilaksanakan pengembangan produk layanan dan dengan jenis layanan yang bermacam-macam, tentunya waktu tempuh layanan juga berubah.

waktu tempuh yang baru dan peningkatan pelayanan yang dicapai jika dilihat dari waktu tempuh adalah sebagai berikut :

- a. Layanan wesel pos, dulu untuk mengirimkan kartu wesel waktu tempuhnya tergantung pada kota tujuan pengiriman, semakin jauh semakin lama. Waktu tempuhnya paling cepat 3 hari untuk jarak terdekat. Peningkatan dari segi waktu layanan yang dicapai adalah dengan keberhasilan mendigitalkan beberapa kantor pos utama, tidak perlu lagi alat transportasi, karena PT Pos Indonesia telah memasang jaringan on line di kantor pos yang ada, sehingga waktu tempuh perjalanan wesel pos bisa lebih singkat, bahkan hitungannya bukan hari lagi tetapi dalam sesaat sudah tiba ditempat tujuan. Untuk pengiriman wesel domestik (standar) membutuhkan waktu tiga hari, sementara wesel prima 1 sampai 2 hari. Sedangkan untuk wesel instan hanya dalam hitungan detik sudah bisa dicairkan di kantor cabang mana pun. Untuk menstransfer uang ke luar negeri juga bisa menggunakan wesel pos ke luar negeri (Western Union) yang waktu tempuhnya juga hanya beberapa detik saja sama seperti layanan wesel instant. Pihak pos akan memberikan kode PIN dengan jumlah 6 digit. Hanya orang yang akan menerima wesel tersebut akan mendapatkan kode pin tersebut, baru uangnya bisa dicairkan. Sedangkan untuk pelayanan ke luar negeri, uangnya bisa diambil atau dicairkan di negara dan tempat mana pun yang mempunyai logo Western Union.
- b. Layanan keuangan setelah ada SOPP waktu pelayanannya hanya dalam hitungan detik saja, karena konsumen cukup memasukkan data yang dibutuhkan dan pembayaran dapat langsung diproses saat itu juga. Layanan ini

sifatnya realtime online, jadi kantor pos langsung terhubung dengan instansi mitra dimana pelanggan ingin melakukan pembayaran. Tidak dikenakan biaya dalam transaksi ini, loket yang dibuka pun sudah cukup banyak untuk menghindari antrian, yaitu 3 loket pada pagi hari dan 2 loket pada siang hari.

- c. Layanan suratpos sebelum dilaksanakan pengembangan produk terdiri dari surat standard an surat kilat khusus, waktu tempuh surat standar tergantung pada jauh dekat kota tujuan dan nominal perangko yang digunakan. Untuk wilayah terdekat saja butuh waktu minimal 2 hari untuk sampai alamat tujuan, jadi semakin jauh waktunya juga lebih dari 2 hari tergantung tujuan. Untuk waktu tempuh layanan kilat khusus adalah 1x24 jam untuk hubungan langsung dan 2x24 jam untuk hubungan tidak langsung. Sedangkan setelah pengembangan produk muncul layanan baru yaitu pos ekspres dimana pengiriman hanya makan waktu 1 hari saja (next day service) dengan catatan kota tujuan terdapat bandara udaranya (untuk jarak yang makan waktu lama jika ditempuh dengan transportasi darat) dan dalam jaringan pos ekspres. Untuk kota diluar jaringan pos ekspres dan tanpa bandara waktu tempuhnya bisa 1 hari asalkan terhubung oleh angkutan langsung.

Peningkatan pelayanan yang dicapai tentunya akan berdampak pada respon konsumen, apakah konsumen sudah puas atau belum dengan waktu layanan yang ada dan apakah waktu layanan tersebut sudah bisa menjawab kebutuhan konsumen, hal ini diungkapkan Ibu Nanik Sri Lestari selaku konsumen Kantor Pos Besar Surakarta sebagai berikut :

“Waktu tempuh layanan yang sekarang saya rasa sudah baik, dalam arti ada pilihan waktu tempuh. Untuk surat kalau yang kita kirimkan itu penting dan

harus cepat sampai kita bisa milih yang ekspres, tapi kalau tidak begitu mendesak ya bisa pilih kilat khusus atau standar. Wesel juga begitu kan, sudah ada pilihan waktu tempuhnya. Kalau untuk layanan SOPP menurut saya waktu pelayanannya juga cepat sekali karena memang online jadi beberapa menit transaksinya sudah selesai.”

(Wawancara, 25 Januari 2009)

Hal senada diungkapkan Bapak Wegig Sutanto selaku konsumen Kantor Pos

Besar Surakarta sebagai berikut :

“Dalam hal waktu layanan menurut saya sudah ada perubahan ke arah baik, bisa dibilang sudah memenuhi keinginan pelanggannya. Dengan adanya layanan yang bermacam-macam dan waktu tempuhnya banyak pilihan saya rasa pelanggan jadi bisa milih waktu tempuh yang diinginkan.”

(Wawancara. 25 Januari 2009)

### **B. 3 Peningkatan pelayanan publik dari segi proses layanan**

Proses layanan adalah hal yang penting dalam suatu pelayanan, karena proses pelayanan akan mempengaruhi waktu tempuh suatu layanan. Operasional layanan harus dilaksanakan dengan baik untuk menjaga pelayanan pada pelanggan terkait dengan kelancaran sampainya kiriman mulai dari diposkan sampai diserahkan ke alamat tujuan.

Proses layanan surat disini akan dijelaskan proses pengiriman surat biasa, proses pengiriman kilat khusus dan proses pengiriman pos ekspres. Dari sini bisa dibaca peningkatan yang dicapai mengingat produk surat biasa dan kilat khusus merupakan produk sebelum pengembangan dan produk pos ekspres adalah produk baru.

#### **a. Alur proses pengiriman surat biasa/ standar/ berprangko.**

Secara umum alur kegiatan dalam operasional layanan surat adalah collecting (pengumpulan), sorting (pengolahan), transporting (pengangkutan),

dan delivering (pengantaran. Untuk lebih jelasnya proses pengiriman surat pos dapat dilihat dalam diagram berikut :

Dalam alur operasional layanan surat biasa, kegiatan inti berupa collecting, sorting, transporting dan delivering terbagi kedalam 2 lokasi, yaitu dimulainya collecting sampai transporting dari kantor asal, serta dimulainya kegiatan delivering di kantor tujuan setelah sebelumnya kembali di sorting. Untuk lebih lengkapnya akan dijelaskan dibawah ini :

1) Kantor Asal (kantor kirim)

➤ Pengeposan (collecting)

Disini kegiatan pengeposan layanan surat biasa yang dilakukan oleh pelanggan, pengeposan dapat dilakukan lewat beberapa titik layanan misalnya loket pengiriman di kantor pos, bis surat maupun tromol pos.

➤ Penyortiran (sorting)

Pada bagian sorting yang pertama-tama harus dilakukan petugas adalah :

- Menerima surat pos baik dari bis surat, loket kantor pos besar, tromol pos, serta kantor pos cabang.
- Melakukan pemeriksaan awal surat antara lain memeriksa persyaratan ukuran sampul, berat, serta perangko yang dipakai apakah cukup atau tidak, setelah itu memeriksa adakah surat yang harus dictatkan karena berasal dari instansi pemerintah (surat dinas bebas porto), surat pos yang tidak



memenuhi syarat dipisahkan dan dikerjakan sesuai dengan ketentuannya.

- Melakukan pencaptanggalan pada bagian alamanya berupa cap tanggal dan kantor pos asal. Setelah dilakukan pencaptanggalan maka setelah itu dilakukan pemisahan dan pengelompokan surat pos biasa maupun surat perlakuan khusus, kemudian dibendel sendiri-sendiri.
- Melakukan penutupan dengan memasukkan surat-surat yang telah dibendel tadi pada kantong sesuai dengan kantor tujuan. Menyiapkan adpis dan memberi nomor urut tahunan dengan tujuan adpis ini berfungsi sebagai bukti pengiriman pos dari kantor asal ke kantor pos tujuan dan adpis ini yang nantinya disertakan dalam kantong pos bersama surat. Mencatat nomor kantong luar pada adpis, kantong yang telah siap ditutup dengan cara diikat dengan tali jalir pada leher kantong dan diplombir, serta diberi label N-17 warna merah (untuk surat pos yang langsung diterima kantor tujuan ), warna putih (untuk suratpos yang akan diteruskan kembali ke kantor pos tujuan setelah terlebih dulu singgal di kantor sentral distribusi) dan warna kuning untuk surat yang akan dikirimkan lewat pengiriman udara. Berat setiap kantong pos tidak boleh lebih dari 30 kg (untuk pengiriman lewat udara) dan 50 kg (untuk pengiriman lewat darat) dan jumlah surat

pos yang ada dikantong dicantumkan pada adpis. Kantong pos yang telah ditutup dikelompokkan sesuai dengan jenis angkutan dan rute angkutan kemudian membuat pas pengantar dan mencatat masing-masing jenis angkutan dan rute angkutan. Pas pengantar warna merah untuk pengiriman lewat udara (kantor pos asal kepada pihak pengangkut udara), dan pas pengantar warna putih untuk pengiriman lewat darat (dari kantor pos asal kepada kantor pos tujuan) kemudian pas pengantar diikatkan pada leher kantong. Mencatat kiriman pos untuk satu pengangkut pada satu daftar penyerahan kiriman pos, masing-masing untuk angkutan darat, udara dan laut sebagai bukti serah pada pihak pengangkut / pegawai yang bertugas menyerahkan pada pengangkut. Menyiapkan kiriman pos yang telah selesai diproses, sesuai dengan kantor pos tujuan dan jenis, rute maupun tempat singgah alat angkutan yang telah dijadwalkan untuk diangkut. Sebelum dilakukan penyerahan kiriman pos, supervisor harus selalu memeriksa pada semua proses pengerjaan, kelengkapan, dan kebenaran pengiriman.

➤ Pengangkutan (transporting)

Setelah proses sorting, maka dilakukan proses pengangkutan dari kantor pos asal ke kantor pos tujuan dengan alat angkut/transportasi. Alat angkut yang digunakan adalah truk atau bus baik milik sendiri

atau umum (untuk transportasi darat), kapal laut (untuk transportasi laut), dan pesawat terbang (untuk transportasi udara). Sebelum melakukan keberangkatan, petugas harus mempersiapkan kelengkapan angkutan, antara lain buku perjalanan dan pada saat keberangkatan petugas harus mencatat kondisi dan situasi di buku perjalanan, antara lain jam keberangkatan, kendala, hambatan, nama pengemudi dan nomor kendaraan.

## 2) Kantor Penerima (Kantor tujuan)

### ➤ Penyortiran (sorting)

Untuk penyortiran dikantor pos tujuan, prosesnya adalah: mengelompokkan kiriman baik untuk kantor sendiri maupun untuk kantor tujuan. Membuka kantung untuk kantong sendiri yang berlabel merah. Mencocokkan isi kantong dengan adpis dan pas pengantarnya dan menyortirnya sesuai dengan kantor tujuan dan salur penerusan (jika singgah di kantor sentral distribusi). Kemudian mencocokkan nomor adpis apakah berurutan dengan nomor adpis yang terakhir diterima dan kemudian dicatat dengan buku pengawasan nomor adpis. Pas pengantar, daftar penyerahan dan adpis setelah dalam buku penerimaan dan pengiriman pos disusun dan dibendel sesuai dengan kantor pos asal dan nomor urutnya dengan rapi. Menyerahkan kantong surat terbukukan pada bagian purie. Menyerahkan bendel surat yang tidak terbukukan untuk kantor sendiri pada bagian antaran dan menyerahkan kantong surat untuk

kanto lain (cabang) ke bagian penyortiran, selanjutnya penyortir akan memproses surat sebagaimana proses penyortiran diatas tadi sampai dengan penutupan.

➤ Pengantaran (delivering)

Setelah penyortiran dikantor pos tujuan selesai dan petugas sendiri menyerahkan bendel surat pos pada ketua pos bagian antaran. Oleh ketua pos bendel tadi disortir sesuai wilayah alamat penerima berdasarkan kode pos, kemudian dibagi-bagi pada pertugas antaran dan diantar pada alamat tujuan.

b. Alur proses pengiriman surat kilat khusus

1. Kantor Asal (kantor kirim)

➤ Pengeposan

Pengeposan untuk kilat khusus hanya dapat di lakukan diloket-loket kantor pos yang sudah ditunjuk sebagai penyedia jasa kilat khusus. Pelunasan biaya dengan uang tunai yang besarnya ditentukan sesuai dengan berat dan alamat tujuan. Pada saat pengeposan petugas harus memeriksa apakah kota tujuan pengiriman sudah termasuk dalam jaringan kilat khusus. Bila belum termasuk supaya ditolak dan disarankan menggunakan pilihan layanan yang lain. Kemudian dilakukan penimbangan dan pembukuan dalam register KH I. Berat penimbangan dicatat pada bagian muka SKH dan ditetapkan biaya pengirimannya. Petugas mengentry menggunakan KH I rangkap 3 (formulir kilat khusus) dengan lengkap. Lembar putih disertakan pada

surat, lembar merah muda diserahkan pada pengirim dan lembar kuning sebagai arsip kantor asal.

➤ Pengolahan

SKH yang telah selesai pengerjaannya oleh petugas diserahkan ke puri kirim kilat khusus dengan buku serah berupa buku ekspedisi. Puri kirim menyortir masing-masing SKH ke kantor tujuan dalam kotak sortir dan setelah selesai dibukukan dalam pengantar KH satu persatu dengan ditulis nomor resinya. Daftar pengantar dibuat rangkap 2 lembar pertama bersama untuk kiriman lembar kedua untuk arsip. Surat yang telah selesai disortir dimasukkan dalam kantong pos KH untuk masing-masing kantor tujuan. Bila surat yang akan dikirim harus melewati kantor antara dan jumlahnya tidak lebih dari 20 pada tiap tutupan maka cukup memakai sampul (kh 2) tapi jika tidak mencukupi bias menggunakan kantong pos KH. Bila pengiriman tidak lewat kantor lain yang dipakai adalah kantong pos KH walaupun jumlahnya kurang dari 20. Kemudian membuat R6 untuk lampiran berwujud kantong pos KH yang dikirim langsung ke kantor tujuan dengan alat angkutan, R7 untuk penyerahan kiriman dari petugas yang menyerahkan dan menerapkan dari yang menyerahkan, AV7 untuk penyerahan kepada pihak pengangkut dilapangan udara. Kemudian diserahkan pada bagian antaran.

2. Kantor Antara (transit)

Menerima kiriman transit dalam bentuk sampul pos KH maupun kantong pos KH ke kantor tujuan. Kemudian menyortir dan membukukannya pada adpis dan diteruskan ke kantor tujuan dengan kiriman kilat khusus dari kantor sendiri.

### 3. Kantor Penerima (Kantor Tujuan)

Dari bagian angkutan diserahkan pada bagian pengolahan kemudian dicek antara kiriman dengan R7. kemudian dipisahkan apakah termasuk KH, paket ataupun EMS. Jika KH maka akan diserahkan ke purie terima untuk dibuka dan dicocokkan dengan R6. setelah pemeriksaan maka disortir untuk yang kantor sendiri diserahkan pada bagian antaran, untuk tujuan kantor lain diserahkan pada puri kirim untuk ditindaklanjuti pada kantor tujuan. Setelah semua proses selesai kemudian surat diantarkan dan dalam serah terima barang penerima harus menandatangani Berita Terima (BT) I dan BT II.

#### c. Alur pengiriman pos ekspres

Alur pengiriman pos ekspres pada dasarnya sama dengan alur pengiriman pos kilat khusus, bedanya jika kilat khusus setelah dari loket diserahkan ke purie kirim, jika pos ekspres diserahkan ke purie khusus pos ekspres. Untuk tujuan pengiriman yang masih dalam jarak dekat dikirim langsung dengan angkutan tanpa melewati kantor perantara, tapi untuk alamat tujuan yang makan waktu lama jika ditempuh dengan angkutan darat maka menggunakan pesawat udara tanpa transit. Proses selanjutnya dikantor terima sama dengan proses kilat khusus.

Berikutnya proses layanan wesel, sebelum pengembangan produk proses layanan wesel pos dimulai dari pengiriman diloket wesel, dimana pengirim mengisi blangko seperti biasa berupa data pengirim, jumlah uang dan data penerima. Blangko yang akan dikirimkan ke penerima selanjutnya diberikan pada bagian pengolahan. Karena diberlakukan sama dengan surat berprangko maka prosesnya pun sama dengan pengolahan surat biasa. Setelah sampai pada kantor penerima kemudian kartu wesel diserahkan ke bagian antaran untuk disampaikan pada penerima. Kartu wesel inilah yang nantinya dapat diuangkan penerima di kantor pos terdekat.

Proses layanan setelah pengembangan produk disesuaikan dengan jenis layanan wesel yang dipilih sebagai berikut :

- Untuk layanan wesel pos prima : alur diloket pertama-tama pengirim mengisi data dengan blangko yang disediakan. Kemudian membayarkan sejumlah uang. Blangko ini kemudian akan di entri oleh petugas untuk dicetak rangkap 2, satu untuk pengirim dan satu untuk kantor pos. selanjutnya transaksi tersebut otomatis akan masuk ke server pusat di Bandung. Jadi transaksi dari seluruh Indonesia akan masuk pada server pusat di Bandung. Keesokan harinya transaksi yang masuk ke server pusat bisa diambil (secara online) untuk tujuan solo. Lalu kartu weselnya dicetak dan disortir sesuai alamat tujuan kemudian dikirimkan kartu weselnya agar segera bisa diuangkan, dan bisa juga diungkan lewat pak pos yang mengantar kartu wesel (weselpos bayar ditempat).

- Untuk layanan weselpos instant dan western union : alur diloket sama dengan weselpos prima, bedanya setelah data dientry dan pengirim membayarkan uangnya, pengirim akan mendapatkan PIN dan NTP yang akan digunakan penerima untuk mengambil uangnya di kantor pos tujuan. Setelah mendapat PIN dan NTP saat itu juga uang sudah dapat diambil oleh penerima.

Berikutnya untuk layanan SOPP, prosesnya sangat mudah dan cepat karena pelanggan tinggal memasukkan data tagihan apa yang akan dibayar, seketika itu juga pelanggan membayar dan mendapatkan resi sebagai bukti pembayaran. Dalam hitungan menit transaksinya sudah selesai karena petugas di kantor pos terhubung dengan kantor mitra dimana pelanggan akan membayar tagihannya.

Peningkatan proses pelayanan yang dicapai tentunya akan berdampak pada respon konsumen, apakah perubahan ini sudah bisa memuaskan dan memenuhi kebutuhan konsumen, hal ini diungkapkan Ibu Elizabeth Sri Suharni selaku konsumen Kantor Pos Besar Surakarta sebagai berikut :

“Menurut saya semakin cepat prosesnya maka semakin efektif juga, untuk layanan surat, wesel, dan SOPP sekarang prosesnya menurut saya sudah cepat dan sudah bisa diandalkan.”  
(Wawancara, 5 Februari 2009)

Hal senada diungkapkan Bapak Tukimin selaku konsumen Kantor Pos Besar Surakarta sebagai berikut :

“Proses layanan yang sekarang kalau menurut saya sudah cepat, tidak bertele-tele lagi seperti dulu. Kalau bisa seperti ini terus atau malah meningkat saya rasa akan banyak peminatnya.”  
(Wawancara, 3 Februari 2009)



## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai peningkatan pelayanan publik oleh PT Pos Indonesia Kantor Pos Besar Surakarta melalui pengembangan produk layanan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Kantor Pos Besar Surakarta telah melaksanakan pengembangan produk layanan yang telah ditentukan oleh Kantor Pos Pusat. Pengembangan yang dilaksanakan untuk memenuhi kompleksnya kebutuhan konsumen dan berkembangnya teknologi ini dilaksanakan melalui inovasi produk baru dan evaluasi produk lama (dengan memperbaiki dan memodifikasi). Selama dilaksanakan, pengembangan produk ini telah membawa banyak perubahan pada produk SOPP, weselpos dan suratpos. Produk ini yang semula kurang cepat, efektif dan efisien sekarang telah berhasil disulap dan menjadi primadona di Kantor Pos Besar Surakarta.
2. Pelaksanaan pengembangan produk layanan dengan menciptakan produk baru telah berhasil membawa produk SOPP yang sebelumnya tidak ada dalam daftar layanan, SOPP pada prakteknya dapat mempermudah masyarakat dalam melakukan pembayaran tagihan maupun rekening karena dengan 33 mitra semuanya bisa dilayani dalam satu atap saja dan dengan waktu yang relatif cepat dan jarang terjadi antrian karena jumlah loket yang banyak dan jam buka loket yang panjang.

3. Modifikasi produk lama telah menciptakan perubahan pada produk wesel pos yang semula waktu tempuhnya lama menjadi lebih singkat dengan banyak pilihan waktu dan tarif. Adanya pengembangan ini sangat membantu bagi masyarakat karena waktu tempuhnya dapat dipangkas dan bahkan bisa setara dengan layanan transfer perbankan. Layanan ini unggul karena untuk menikmati layanan wesel konsumen tidak perlu mempunyai rekening apapun. Selain itu layanan ini dapat dinikmati sampai keluar negeri, untuk pengiriman dari dan keluar negeri, dan jika si penerima tidak menghendaki ke kantor pos, wesel bisa diantar sampai kerumah penerima.
4. Perbaikan produk lama berupa surat pos, kini telah dikembangkan dengan produk andalannya yaitu surat standar, surat kilat khusus dan surat pos ekspres. Layanan kilat khusus dan pos ekspres dikembangkan dengan maksud untuk menjamin kemanfaatan dan keamanan pelanggan yang melakukan transaksi suratpos. Kelebihan berupa fasilitas track and trace dimana konsumen dapat melihat status kirimannya sedang berada dimana menjadi keunggulan tersendiri dari layanan ini.
5. Pengembangan produk yang dilakukan lewat ketiga cara diatas dilaksanakan dalam rangka upaya peningkatan pelayanan publik, pada prakteknya lewat pengembangan ini pelayanan publik di Kantor Pos Besar Surakarta memang banyak mengalami peningkatan. Produk SOPP yang semula belum ada sekarang menjadi ada dan produk tersebut pada prakteknya dibutuhkan dan dicari konsumen. Produk wesel pos dan surat

pos dapat dipangkas proses dan waktu tempuhnya serta tersedia banyak pilihan layanan sehingga masyarakat bisa memilih yang terbaik.

6. Peningkatan pelayanan publik diukur yang pertama dari segi jenis layanan. Dalam hal ini pelayanan publik di Kantor Pos Besar Surakarta mengalami peningkatan jenis layanan. Yang semula belum ada layanan SOPP, sekarang sudah ada, wesel pos sekarang terdapat layanan wesel standar, instant, prima, western union, dan layanan bayar ditempat, dan untuk surat pos ada surat standar, kilat khusus dan pos ekspres. Dengan semakin banyaknya pilihan ini secara otomatis konsumen bisa memilih layanan yang diinginkan.
7. Peningkatan pelayanan publik diukur yang kedua dari segi waktu layanan. Untuk pelaksanaan pengembangan produk di Kantor Pos Besar Surakarta, jika dilihat dari waktu layanan terjadi peningkatan yang bisa dikatakan baik. Sehubungan dengan meningkatnya jenis layanan, tentu saja pilihan waktu layanan juga semakin banyak. Untuk wesel misalnya, ada pilihan waktu lebih dari 3 hari, 2 hari atau hanya beberapa menit. Sedangkan untuk surat pos, ada pilihan waktu lebih dari 3 hari, 2 hari atau next day service.
8. Peningkatan pelayanan publik dapat diukur yang ketiga dari segi proses layanan. Semakin banyak jenis layanan, maka semakin banyak juga pilihan proses layanan. Dan semakin banyak pilihan proses layanan, maka akan menghasilkan waktu tempuh yang bermacam-macam juga. Untuk produk yang masih standar seperti surat standar dan wesel standar

tentunya prosesnya masih bertele tele, melewati bermacam-macam alur dan tidak heran jika waktu tempuhnya lama. Berbeda dengan produk kilat khusus, pos ekspres, wesel instant, prima, dan western union yang seluruh prosesnya telah terbukukan sehingga dapat dipangkas dan menjadi lebih singkat.

## **B. Saran**

1. Untuk lebih memperkenalkan produk-produk Kantor Pos Besar Surakarta yang telah diperbarui, sosialisasi yang dilakukan masih harus digencarkan lagi karena masih banyak masyarakat yang belum mengerti tentang seluk beluk produk yang diperbarui. Selama ini masyarakat belum sepenuhnya tahu terutama mereka yang berada di daerah pinggiran kota atau diluar kota yang masih menjadi jangkauan layanan Kantor Pos Besar Surakarta . Untuk lebih memperkenalkan produk-produk ini pada masyarakat hendaknya sarana yang digunakan juga yang bisa dijangkau oleh semua masyarakat, kapanpun dan dimanapun. Selama ini spanduk yang menawarkan produk-produk ini hanya dipasang di daerah yang dekat dengan Kantor Pos Besar Surakarta dan di dalam Kantor Pos. Tentu saja tidak semua kalangan bisa membacanya, ada beberapa kalangan yang jarang bersosialisasi atau bepergian sehingga lebih baik spanduk-spanduk juga dipasang di seluruh kantor cabang, di kelurahan, kecamatan, atau di lokasi dekat pasar-pasar tradisional mengingat lokasi-lokasi tersebut banyak dikunjungi masyarakat. Selain itu bisa juga lewat media televisi,

atau radio lokal karena lewat media tersebut kemungkinan dilihat atau didengarkan besar dan kemungkinan produk ini diketahui juga semakin besar.

2. Untuk lebih menarik minat masyarakat untuk menggunakan produk Kantor Pos Besar Surakarta sebaiknya dilakukan juga sosialisasi dengan mengadakan berbagai macam acara sebagai ajang sosialisasi misalnya menggelar event musik, jalan santai berhadiah, kuis berhadiah, ataupun event amal yang didalamnya dapat diisi dengan acara membagi-bagikan hadiah atau hiburan gratis pada masyarakat sembari memperkenalkan produk-produk unggulan Kantor Pos Besar Surakarta agar masyarakat lebih tertarik.
3. Memperkenalkan produk-produk surat pos pada anak-anak sekolah, lewat kunjungan-kunjungan ke sekolah atau memberi kesempatan siswa-siswa sekolah untuk mengadakan semacam kunjungan ke kantor pos. Hal ini akan bermanfaat sekali mengingat anak-anak sekolah dewasa ini sudah terbiasa dengan kemudahan teknologi dan bisa saja mereka tidak mengenal bagaimana produk-produk kantor pos itu. Setelah mereka mengetahui dan mengenal produk dari Kantor Pos Besar Surakarta diharapkan dapat mencoba menggunakannya, karena sekali lagi banyak hal yang tidak bisa digantikan sepenuhnya dengan teknologi.
4. Untuk jangkauan pos ekspres sebaiknya lebih diperluas lagi agar bisa diakses lewat kantor pos cabang, mengingat tidak semua orang punya waktu atau kesempatan untuk datang ke Kantor Pos Besar Surakarta untuk

menggunakan layanan pos ekspres. Tujuannya antara lain agar layanan ini bisa dijangkau oleh semua kalangan dan bukan saja segmen korporat, pemerintah, atau orang-orang kota saja.

5. Kantor Pos Besar Surakarta hendaknya menerapkan *Citizen's Charter* dalam pelayanan publiknya, mengingat kiriman pos adalah kiriman yang harus dijaga baik kondisinya maupun ketepatan waktu pengirimannya. Jadi tidak cukup hanya dengan ganti rugi sebesar ongkos kirim ataupun sebesar harga kiriman, karena tidak semua kiriman nilainya bisa digantikan dengan uang ataupun dengan diasuransikan. Misalnya terjadi keterlambatan kiriman yang menyebabkan kerugian material dan nonmaterial yang sangat besar pada suatu perusahaan atau keterlambatan kiriman yang menyebabkan seseorang kehilangan kesempatan untuk mendapatkan pekerjaan yang sudah lama dinantikannya. Dengan menerapkan *Citizen's Charter* berarti Kantor Pos Besar Surakarta telah memberi jaminan kepada pengguna jasa bahwa layanan yang diberikan memiliki standar dan telah sesuai dengan harapan pengguna jasa. Bila standar ini tidak bisa dipenuhi oleh Kantor Pos Besar Surakarta maka pengguna jasa berhak menggunakan *citizen's charter* yang telah dirumuskan dan diterapkan untuk memprotes dan bahkan menuntut penyedia jasa karena tidak bisa memenuhi standar pelayanan.
6. Melaksanakan training atau pelatihan secara berkala pada petugas agar lebih menguasai teknologi yang menunjang pelayanan produk pos untuk menghindari kesalahan pada saat memberikan pelayanan dan untuk

membekali karyawan dengan penguasaan teknologi. Selain itu khusus untuk petugas loket dan customer service yang semuanya bertugas sebagai frontliner, sebaiknya diberikan pelatihan untuk memberikan pelayanan terbaik dengan ramah tamah dan sopan santun pada pelanggan. Karena bukan rahasia lagi kalau pelayanan petugas kantor pos tidak bisa seramah dan sesantun pelayanan petugas di bank, begitu pula di Kantor Pos Besar Surakarta yang berdasarkan hasil wawancara sebagian besar konsumen mengatakan jika beberapa petugas loket tidak ramah, jarang tersenyum dan tidak mau banyak menjelaskan hal yang ditanyakan konsumen. Hal ini tentu saja dapat menjadi sandungan bagi Kantor Pos Besar Surakarta jika tidak segera diperbaiki, karena kunci pelayanan yang baik juga terlihat dari bagaimana sikap frontliner dalam melayani pelanggan.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, diantaranya adalah :

1. Beberapa produk yang dibahas dalam penelitian ini tidak hanya melibatkan satu bagian saja, misalnya produk surat dan wesel yang melibatkan bagian pelayanan, pengolahan dan antaran. Tetapi karena kesibukannya, tidak semua informan bisa melayani wawancara, jadi tidak semua informasi pada masing-masing bagian bisa tergali secara rinci.
2. Tidak semua konsumen yang menjadi responden pernah menggunakan sekaligus layanan SOPP, Wesel Pos dan Surat Pos. Jadi jawaban yang didapat dari responden hanya mengacu pada satu produk saja dan untuk

mencari informasi tentang produk lainnya harus mencari responden yang baru lagi.

3. Penelitian lebih memfokuskan pada pengembangan produk layanann SOPP, wesel pos, dan surat pos saja sehingga pengembangan produk layanan lain tidak dapat diketahui secara lengkap.
4. Pada saat melakukan penelitian ini, peneliti juga melaksanakan magang di Kantor Pos Besar Surakarta, tapi peneliti ditempatkan di bagian Giro yang bukan merupakan fokus yang dibahas dalam penelitian ini. Oleh karena itu peneliti kurang bisa mendalami permasalahan di bagian pelayanan dan pemasaran.
5. Proses pengembangan produk layanan di Kantor Pos Besar Surakarta sudah ditentukan dan direncanakan oleh Kantor Pos Pusat, sehingga peneliti kurang bisa menggali bagaimana proses dibalik pengembangan produk tersebut.



**DAFTAR PUSTAKA**

- Akadun. 2007. *Administrasi Perusahaan Negara*. Bandung : Alfabeta
- Cravens, David W. 1996. *Pemasaran Strategis*. Jakarta : Erlangga
- Fandy Tjiptono. 2002. *Manajemen Jasa*. . Jogjakarta : Andi
- Gaspers, Vincent. 2002. *Manajemen Bisnis Total dalam Era Globalisasi*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- H.A.S Moenir. 1998. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta : Bumi Aksara
- H. B Sutopo. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif, dasar Teori dan Terapannya Dalam Penelitian*. Surakarta : UNS Press
- Kotler, Philip dan Andrean, Alan R. 1995. *Strategi Pemasaran untuk organisasi nirlaba*. Penerjemah : Ova Emilia. Penyunting: Mubyasir Hasanbari. Jogjakarta : Gajah Mada University Press
- Lijan Poltak Sinambela, dkk. 2006. *Reformasi Pelayanan Publik (Teori, Kebijakan, dan Implementasi)*. Jakarta : Bumi Aksara
- Ratminto dan Atik Septi Winarsih.2007. *Manajemen Pelayanan (Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizen's Charter dan Standar Pelayanan Minimal)*. Jogjakarta : Pustaka Pelajar
- Rochet, Claude dan Larequoi. 2007. Making Crisis A Momentum For Change Within Public Services. *International Journal Public Sector Performance Management*. No.1, Vol.1, hal 6. [www.inderscience.com](http://www.inderscience.com)
- Yadav, Om Prakash dan Singh, Nanua . 2008. Perspectives And Challenges For Product Reliability Assurance In The Product Development Process. *International Journal Product Development*. Nos.½., Vol. 5, hal 5. [www.inderscience.com](http://www.inderscience.com)
- Zulian Yamit. 2004. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta : Ekonisia

**Sumber Lain :**

KEPMENPAN NO. 63/KEP/M.PAN/7/2003

KEPMENPAN Nomor 81 Tahun 1993

UU Nomor 9 Tahun 1969

UU Nomor 19 Tahun 2003

UU Nomor 6 Tahun 1984 (UU Pos Nomor 6 Tahun 1984, Lembaran Negara RI Tahun 1984 Nomor 28)

Lembaran Negara RI Nomor 36 Tahun 1984

Suara Merdeka, 28 Agustus 2008

[www.posindonesia.com](http://www.posindonesia.com)

[www.indonesianewsonline.com](http://www.indonesianewsonline.com)

[www.mediakonsumen.com](http://www.mediakonsumen.com)

