

Strategi Peningkatan Pelayanan Jasa Pengiriman Barang Di Kantor Pos Surabaya

Achmad Chairul Anwar ¹⁾, Sri Kamariyah ²⁾, Sapto Pramono ³⁾

^{1) 2) 3)} Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Dr. Soetomo Surabaya

Email: achmadchairulanwar03@gmail.com

ABSTRAK

Riset ini bertujuan untuk buat mengenali Strategi kenaikan pelayanan Kantor Pos Kebon Rojo Surabaya. Kantor Pos di kala ini yakni salah satu tubuh badan kepunyaan negeri (BUMN) di bidang layanan pengiriman benda / kurir. Ada pula sejumlah keluhan yang dialami oleh pelanggan adalah terbentuknya banyak kesalahan informasi serta belum merasa menerima. tipe riset ini memakai tata cara deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan informasi lewat observasi, wawancara, dokumentasi, dan riset kepustakaan yang diproses buat menciptakan jawaban. Teknik analisis data yakni pengumpulan informasi data, reduksi informasi data, penyajian informasi data, penarikan kesimpulan ataupun verifikasi. Hasil penelitian dianalisis menggunakan 4 dimensi Strategi yang diterapkan oleh Analisis SWOT Dalam dimensi (Kekuatan) dapat disimpulkan, bahwa dalam penampilan para pegawai dalam melayani pelanggan sudah baik, rapi, dan tidak berantakan. Dalam dimensi (Peluang) Kantor Pos Kebon Rojo Surabaya peluang yang didapat adalah dengan terdapatnya pelayanan jasa pengiriman swasta yang terus menjadi meningkat dari tahun-ke tahun. Perihal itu jadi kesempatan persaingan Kantor Pos Kebon Rojo Surabaya buat dapat bertambah drastis. Dalam dimensi (Ancaman), dikala ini Ancaman yang terjalin di dalam Kantor Pos Kebon Rojo Kota Surabaya merupakan jumlah persaingan dalam dunia jasa pengiriman benda/barang, dimensi (Kelemahan) di dalam Kantor Pos Kebon Rojo Surabaya masih adanya komplain tentunya oleh Pelanggan terkait barang yang rusak adanya keterlambatan baik disebabkan oleh bencana alam maupun ditahan oleh pihak Bea Cukai

Kata Kunci: Peningkatan Strategi Pelayanan, Pelayanan Publik

Abstract

This research aims to identify strategies for improving services at the Kebon Rojo Surabaya Post Office. The Post Office is currently one of the state-owned bodies (BUMN) in the field of object delivery/courier services. There are also a number of complaints experienced by customers, namely the formation of a lot of misinformation and not feeling received. This type of research uses qualitative descriptive procedures, information gathering techniques through observation, interviews, documentation and library research which are processed to produce answers. Data analysis techniques include collecting data information, reducing data information, presenting data information, drawing conclusions or verifying. The research results were analyzed using 4 dimensions of strategy applied by SWOT analysis. In the dimension (Strength) it can be concluded that the appearance of the employees in serving customers is good, neat and not messy. In the dimension (Opportunities) of the Kebon Rojo Surabaya Post Office, the opportunities found are the existence of private delivery services which continue to increase from year to year. This is an opportunity for competition at the Kebon Rojo Surabaya Post Office to increase drastically. In the dimension (Threat), currently the threat that exists in the Kebon Rojo Post Office, Surabaya City is the amount of competition in the world of object/goods delivery services, the dimension (Weakness) in the Kebon Rojo Post Office, Surabaya, of course there are still complaints from customers regarding the goods received. damaged by delays either caused by natural disasters or detained by Customs.

Keywords: Service Strategy Improvement, Public Service

A. LATAR BELAKANG

Strategi terhadap pelayanan jasa barang digunakan oleh Kantor Pos Surabaya untuk mengirimkan surat atau barang perusahaan tepat pada waktu tertentu. Namun, tidak dengan faktanya. Kantor pos pasti dapat lebih berkonsentrasi pada kepuasan pelanggannya dengan memastikan kualitas layanan yang diberikan, dan mendorong pelanggan untuk menjadi setia dan setia dengan layanan pos daripada perusahaan pengiriman lainnya. Berdasarkan pernyataan di atas, seharusnya kantor pos Surabaya tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap pelanggan yang menggunakan layanan pos (Yunaida, 2017), mengirimkan surat/barang korporat tersebut harus tepat dalam memperhatikan waktu. Namun tidak dengan kenyataannya. Tentunya bisa lebih fokus terhadap kepuasan pelanggan kantor pos (Ahmad Zikri, 2022), adalah hal yang utama dengan memastikan kualitas layanan yang diberikan dan mendorong pelanggan untuk menjadi setia terutama pada layanan pos daripada jasa pengiriman swasta lainnya. Berdasarkan pernyataan di atas, seharusnya Kantor Pos Surabaya agar tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap pelanggan yang setiap kali menggunakan layanan Pos. Namun, dengan adanya inovasi layanan baru, diharapkan kantor pos Surabaya dapat selalu tampil terutama bersaing dengan layanan pengirim swasta yang berada diluarnya. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa layanan barang dan jasa korporat di Kantor Pos Surabaya menghadapi banyak masalah yang terus-menerus dan saat dibandara barang yang akan dikirim ke Negara yang ditentukan biasanya di tahan dulu oleh pihak bea- cukai. Salah satu masalah yang sering dihadapi oleh Kantor Pos Surabaya adalah keluhan tentang pengiriman barang dan surat korporat yang sering terlambat sampai ke tangan penerima. Di dalam Kantor Pos angkutan yang digunakan adalah angkutan primer atau dapat dikatakan angkutan besar yang hanya bisa melewati jalan utama sehingga tidak bisa cepat sampai ke kantor-kantor pos cabang lainnya dan tidak bisa langsung sampai ke tangan pelanggan.

Kantor Pos merupakan bidang sebuah bisnis yang bekerja di dalam jasa seperti pengiriman

barang, surat dan sejenis uang / penggunaan jasa,(Perdana & Hidayat, 2019). Kondisi geografis Indonesia, yang terdiri atas pulau-pulau yang dipisahkan oleh luas lautan-lautan Indonesia, yaitu membutuhkan layanan yang cepat, serta akurat guna memenuhi kebutuhan masyarakat akan layanan seperti jasa pengiriman barang-barang atau surat ke daerah yang letaknya terbelang terpencil,(Taroreh et al., n.d.).Di dalam strategi ini Kantor Pos Surabaya memerankan fungsi penting di dalamnya yakni menyediakan sarana-prasarana guna untuk memenuhi jasa pengiriman barang dalam berbagai provinsi-provinsi di Indonesia.

Memprioritaskan pelayanan publik adalah suatu hal yang sangat perlu dan juga merupakan dasar dari misi yang juga diemban oleh kegiatan birokrasi yang memiliki sejumlah komitmen,(Samma et al., 2023) karena itu, pada hakikatnya birokrasi selalu berorientasi pada kepentingan publik, tindakan tersebut dapat mewujudkan kesejahteraan dalam masyarakat-masyarakat yang berhak menerima layanan. Begitu pula cita-cita masyarakat pengguna jasa akan terwujud pada kehidupan dimana sekarang atau masa depan yang didambakannya. semakin bergeser kearah hal-hal yang lebih menyangkut terutama pada kualitas pelayanan, kemudahan, keadilan dan kepuasan. Kualitas dalam suatu pelayanan memang sangat dibutuhkan terutama di setiap organisasi,(Sudaryana, 2020). baik organisasi private maupun organisasi publik Kantor Pos Surabaya.

Beberapa Peningkatan yang harus dilakukan oleh Kantor Pos Surabaya, yaitu agar menjadi pilihan utama pelanggan karena sudah banyak sekali cabang-cabang yang terdapat di setiap Indonesia. Ini juga membuat pemerintah untuk membuat sebuah program layanan dengan menangani orang-orang yang masih di daerah terpencil,(Krisbiantoro et al., 2023). yaitu harus ada program ketersediaan informasi yang dapat memungkinkan akses-akses dari berbagai daerah yang belum adanya jangkauan terhadap akses internet. Inovasi yang dilakukan kantor pos Surabaya belum seluruh maksimal sehingga perlu pengadaan inovasi yang baru,(Warsono et al., 2018). Agar dapat menarik perhatian para pelanggan untuk dapat memenuhi layanan yang

sesuai dengan kebutuhan dari masing-masing pelanggan setiap datang di Loker Kantor Pos Surabaya.

Kantor Pos Surabaya menghasilkan keuntungan besar, tetapi jika pandangan para pelanggan tersebut buruk atau bisa juga negatif, maka pelanggan Kantor Pos Surabaya tersebut dapat berkurang terhadap pandangan dan dapat memiliki suatu yang bisa berpengaruh terhadap dengan dirinya sendirinya, (Siroj et al., 2021). Hal tersebut karena pelanggan jasa pengiriman dari setiap instansi negeri maupun swasta yang mempengaruhinya. Maka dari itu, Memprioritaskan pelayanan publik adalah suatu hal yang sangat perlu dan juga merupakan misi yang juga diemban oleh kegiatan birokrasi yang memiliki komitmen, karena pada hakikatnya birokrasi berorientasi pada kepentingan publik (Faulina RF et al., 2020). Oleh karena itu, tindakan tersebut dapat mewujudkan kesejahteraan dalam masyarakat.

Birokrasi harus inisiatif, inovatif, produktif, responsive bertanggung jawab dan memiliki akuntabilitas yang baik pada publik, dilihat dari sisi lain birokrasi seharusnya memahami kebutuhan dan aspirasi masyarakat terutama berkaitan dengan pelayanan publik agar dapat menyelenggarakan strategi pelayanan kepada masyarakat secara cepat, mudah, murah, adil dan berkualitas sesuai dengan kebutuhan kehidupan masyarakat dalam era globalisasi, (Astuti & Ratnawati, 2020). dimana persaingan semakin tinggi. Untuk menghadapi persaingan di era teknologi informasi ini, Kantor Pos Surabaya harus mempunyai inisiatif yang tinggi. Di Kantor Pos angkutan yang digunakan adalah angkutan primer atau angkutan besar yang hanya bisa melewati jalan utama sehingga tidak bisa cepat sampai ke Kantor Pos cabang-cabang di seluruh provinsi di Indonesia, (Situmorang, Desy, 2018). Hal tersebut akan mempengaruhi layanan dan kepuasan konsumen. Suatu pelayanan yang telah diberikan akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan dan masyarakat. Akan tetapi bisa dilihat pada kenyataannya sekarang ini semakin bertambah hari selalu ada *pelanggan* yang datang ke Kantor Pos untuk mengecek paketnya yang belum sampai oleh karena itu ternyata saat

di cek paket/barang tersebut belum sampai ke tangan penerima, maka dari itu masih sering terjadi komplain oleh pelanggan. Strategi peningkatan layanan jasa pengiriman barang atau surat korporat yang di gunakan Kantor pos Surabaya harus segera diatasi agar pengiriman tersebut bisa selalu tepat waktu pada penerima. Tentunya, kedepannya agar lebih fokus ke pelanggan, karena itu hal yang utama dengan cara didukung langsung oleh kualitas layanan jasa pengiriman barang/surat.

B. LANDASAN TEORITIS

1. Teori Strategi

Pengertian strategi dapat disebut sebagai upaya seseorang, atau organisasi membuat skema untuk mencapai sasaran yang hendak dituju. Dengan kata lain, strategi sebagai seni seseorang ataupun perusahaan memanfaatkan seni atau kemampuan dan sumber daya yang dimiliki untuk mencapai sasaran layanan lewat cara-cara yang lebih efektif dan efisien demi mencapai keuntungan dan dapat dipercaya pelanggan yang diharapkan, (Suparno Saputra & Melati Khafifah Putri, 2022).

Strategi adalah ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi-operasi bisnis berskala besar, menggerakkan semua sumber daya perusahaan yang dapat menguntungkan secara aktual dalam bisnis, Kesatu, Jhon A. Bryne mendefinisikan strategi adalah sebuah pola yang mendasar dari sasaran dan direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan. Kedua, Menurut David strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan yang dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. Pengertian strategi dapat pula diartikan sebagai tindakan yang menyesuaikan diri terhadap reaksi ataupun situasi lingkungan yang terjadi. Baik itu situasi yang didasari ataupun yang tidak didasari.

Definisi strategi menurut A. Halim, strategi adalah teknik atau cara yang

dilaksanakan oleh individu atau organisasi maupun perusahaan dalam mencapai sebuah tujuan dengan mengamati peluang dan ancaman yang terdapat di lingkungan eksternal dan kemampuan internal serta sumber daya yang dihadapi.

Keempat, Morrissey juga menjelaskan bahwa strategi adalah suatu proses untuk menentukan arah yang sedang dituju oleh perusahaan untuk mencapai misinya. Kelima, Witcher menyatakan bahwa strategi ialah suatu pendekatan untuk mengarahkan pengoperasian perusahaan pada arah dan tujuan yang berkelanjutan dari masa ke masa. Keenam, Menurut Chandler bahwa strategi memiliki definisi penetapan dari suatu tujuan serta sasaran jangka panjang perusahaan atau organisasi dan serangkaian tindakan juga alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Strategi ini dapat dikatakan merupakan maksud yang mendefinisikan cara untuk mencapai tujuan dan memperhatikan dengan sungguh – sungguh terutama pada karyawan di alokasi sumber daya yang penting untuk jangka panjang serta mencocokkan sumber daya dan kapabilitas dengan lingkungan eksternal usaha. (Istiqomah & Adi, 2020).

Strategi penting halnya dilakukan oleh suatu organisasi maupun perusahaan dan sangat diperlukan karena: kesatu Untuk memberikan arah yang jelas pada semua jajaran manajemen dalam perusahaan, Kedua Agar manajer berpikir jauh ke depan dengan kreatif (bukan hanya hal-hal yang bersifat rutin sehingga melupakan pemikiran jangka panjang), Memaksa manajer untuk mengantisipasi dan meramalkan faktor eksternal yang rumit dan tidak pasti, Keempat Dengan menyusun strategi, para manajer untuk dapat berkomunikasi dengan jelas satu dengan yang lain. Strategi dapat menyatukan pandangan yang berbeda dari setiap manajer dan departemen dalam perusahaan. Kelima, Perusahaan selalu dihadapkan dengan situasi persaingan. Jika perusahaan tidak mampu untuk mengantisipasi ke depan, maka perusahaan tersebut dapat tertinggal dari para pesaingnya.

2. Teori Pelayanan

Pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan dari pada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa. Pelayanan juga bisa pengaruh harga dan berbentuk jasa / barang yang pada prinsip yang ditetapkan oleh instansi yang menyediakannya. (Wahyuni & Waloejo, 2020). Dibawah ini beberapa pengertian tentang pelayanan diantaranya dikemukakan oleh:

Menurut Moenir (2010:26) menyatakan bahwa pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor materi melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya.

Menurut Supranto (2006:227) mengatakan bahwa pelayanan atau jasa merupakan suatu kinerja atau penampilan, tidak terwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan dari pada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengonsumsi jasa tersebut.

Menurut Mahmoedin (2010:2) pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan. Keempat, Menurut Aritonang (2005:26) mengatakan bahwa pelayanan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan secara akurat, andal dan dapat dipercaya, bertanggung jawab atas apa yang dijanjikan. Kelima, Menurut Kotler (2000) pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak lain, pada dasarnya tidak terwujud dan mengakibatkan kepemilikan apapun.

Menurut Umar (2003) pelayanan secara umum adalah rasa menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai oleh kemudahan-kemudahan dan memenuhi segala kebutuhan para pelanggan. (Wirakanda &

Putri, 2020).Sehubungan dengan terjadinya perubahan-perubahan dalam iklim usaha, status sebagai perum disempurnakan khususnya yang menyangkut tata cara pembinaan dan pengawasan berdasarkan PP no. 24 tahun 1984.Menghadapi perumbuhan dunia usaha yang semakin marak dan penuh persaingan diperlukan penyesuaian status badan usaha yang lebih fleksibel dan dinamis agar mampu mengembangkan pelayanan yang lebih baik kedepannya.

3. Teori Pelayanan Publik

Pelayanan publik merupakan suatu proses pemenuhan kebutuhan melalui tindakan orang lain secara langsung di Tangkilisan. Pada dasarnya masyarakat memerlukan dua jenis pelayanan, yaitu pelayanan fisik yang bersifat pribadi sebagai pribadi dan pelayanan administrasi yang diberikan oleh orang selain anggota suatu organisasi, baik itu organisasi massa maupun negara.

Selain itu, definisi layanan publik menurut Keputusan Menteri Penerapan Aparatur Negara 25/2009 yaitu “Pelayanan publik adalah kegiatan tau serangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan layanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan untuk semua warga negara dan penduduk atas barang, jasa dan pelayanan Perizinan Administrasi Terpadu yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik”. Menurut Moenir, mengatakan dalam bukunya, Manajemen Layanan Publik Umum Di Indonesia yaitu “Aktivitas adalah proses mendapatkan sesuatu dalam bentuk produk atau layanan yang diinginkan menggunakan akal, pikiran, indera dan anggota tubuh, dengan tanpa alat bantu”.

Proses memenuhi kebutuhan melalui kegiatan langsung orang lain disebut pelayanan”. Definisi yang lebih rinci diberikan oleh Gronroos dalam Ratminto & Winarsih yaitu “Pelayanan adalah kegiatan yang tidak terlihat (tidak dapat disentuh) atau serangkaian kegiatan yang disebabkan oleh interaksi antara konsumen dan karyawan

atau hal-hal lain yang disediakan oleh penyedia layanan untuk memecahkan masalah konsumen/pelanggan.” Di Dalam definisi ini, dapat menyimpulkan bahwa suatu layanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai bisnis atau kegiatan yang bersifat jasa.

C. METODE

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif menurut sugiarto (2017) menyatakan bahwa jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistic atau bentuk hitungan lainnya dan bertujuan mengungkapkan gejala secara holistic-kontekstual melalui pengumpulan data dari latar alami dengan memanfaatkan peneliti sebagai instrument kunci. Penelitian kualitatif bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Proses dan makna berdasarkan perspektif subyek yang ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Teknis analisis data dilakukan sesuai dengan konsep yang diberikan oleh pakar miles dan huberman (2014) yang meliputi pengumpulan data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Penelitian ini memiliki satu variabel saja yang kualitas pelayanan sebagai variabel mediasi,(Ervina et al., 2023). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui observasi,wawancara, dan dokumentasi yang kemudian diproses yang akan menghasilkan jawaban penyebab terjadinya atas permasalahan-permasalahan keluhan yang dirasakan oleh konsumen,(Saputra & Kusumawardani, 2020).

2. Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan intisari yang diperoleh dari pengalaman peneliti selama dilapangan atau melalui informasi dan pengetahuan yang diperoleh dari literatur ilmiah. Di dalam kegiatan penelitian untuk memperoleh hasil yang baik dan

mengenai sasaran. Peneliti perlu menggunakan suatu metode yang tepat, teratur dan berhati-hati serta penuh kecermatan didalam perencanaan dalam suatu penelitian. Dalam membuat penelitian ini lebih tajam atau dapat mudah dipahami Peneliti juga disarankan menggunakan metode yang secara tepat dalam suatu penelitian (Dewi Triana & Dian Arifah Qur'ani, 2022).

3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yaitu suatu tempat dimana permasalahan atau fokus penelitian itu akan dilakukan. Dalam hal ini peneliti memutuskan untuk memilih lokasi yaitu Kantor Pos Kebon Rojo Surabaya lebih tepatnya di Jl. Kebon Rojo No 10 Krembangan Selatan Surabaya dipilih sebagai lokasi untuk penelitian. Kantor Pos Kebon Rojo Surabaya dipilih karena yang akan dilaksanakan yaitu Strategi Peningkatan Pelayanan Jasa Pengiriman Barang Di Kantor Pos Surabaya.

D. HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

1. Sejarah Kantor Pos Surabaya

Kantor Surabaya saat ini telah mampu menunjukkan kreatifitasnya dalam pengembangan bidang perposan Indonesia dengan memanfaatkan infrastruktur jejaring yang dimilikinya yang mencapai sekitar 24 ribu titik layanan yang menjangkau 100 persen kota/kabupaten, hampir 100 persen kecamatan dan 42 persen kelurahan/desa, dan 940 lokasi transmigrasi terpencil di Indonesia. Seiring dengan perkembangan informasi, komunikasi dan teknologi, jejaring Pos Indonesia sudah memiliki lebih dari 3.800 Kantor Pos Online, serta di lengkapi elektronik mobile pos di beberapa kota besar. Semua titik merupakan rantai yang terhubung satu sama lain secara solid dan terintegrasi. Sistem kode pos diciptakan untuk mempermudah processing kiriman pos dimana tiap jengkal daerah di Indonesia mampu diidentifikasi dengan akurat.

2. Bentuk dan Makna dari Logo Kantor Pos



Sumber: Google.com, (2023)

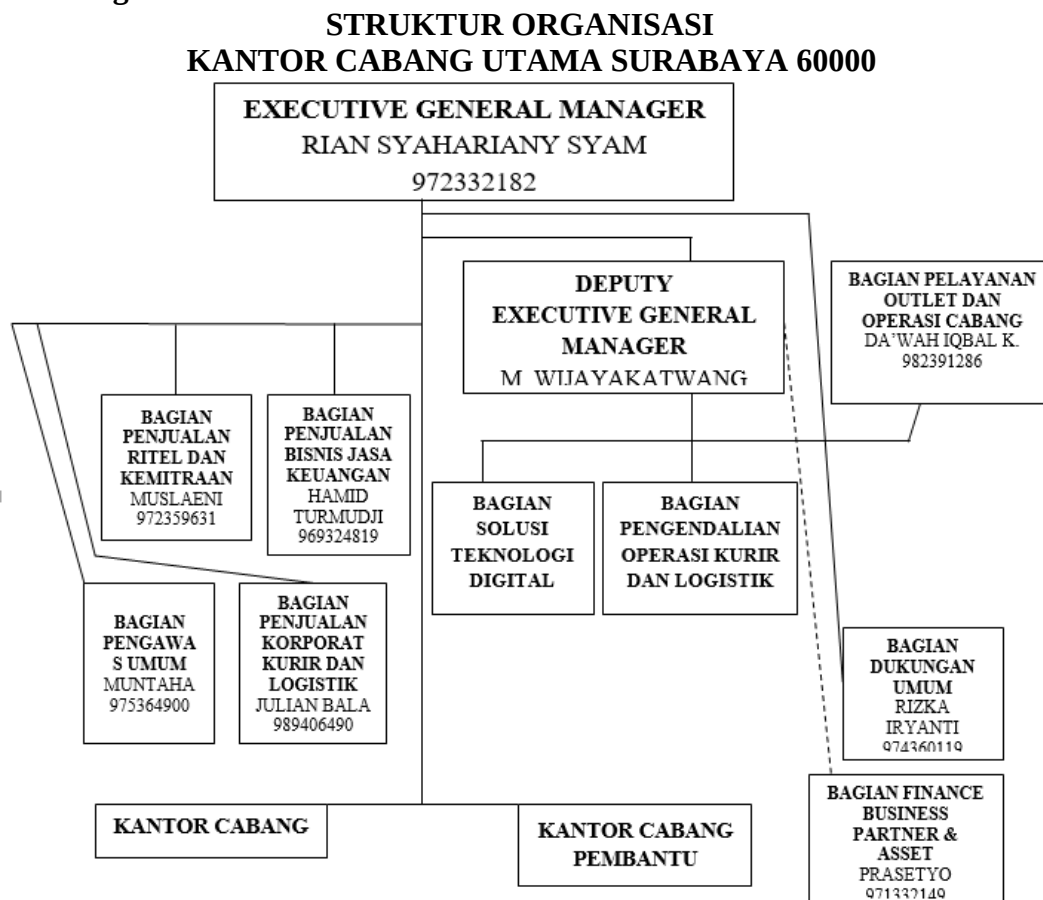
Di dalam logo Pos Indonesia ditahun 1995 – sekarang ini, kita mendapati seekor merpati pos yang seolah-olah sedang terbang mengelilingi dunia dengan kecepatan tinggi. Ukuran merpati yang lebih besar daripada bola dunia melambangkan bahwa Pos Indonesia diharapkan bisa menguasai (memimpin) usaha perposan di dunia internasional. Warna dasar jingga yang terdapat di gambar merpati dan bola dunia menunjukkan bahwa Pos Indonesia itu penting (warna jingga memiliki arti penting serta perlu diperhatikan, seperti yang terdapat di pembatas-pembatas jalan, pakaian pendaki gunung, seragam para penerbang, dan lain sebagainya). Tulisan 'POS INDONESIA' dengan tipografi bold ini memberikan ketegasan identitas perusahaan dan juga identitas negara. Tulisan ini berada di bawah gambar merpati yang sedang mengelilingi dunia dengan kecepatan tinggi karena logo ini ingin menunjukkan bahwa Pos Indonesia lebih mengutamakan profesionalitas dalam pelayanan untuk pelanggan-pelanggannya.

3. Arti dan Makna Logo

- Simbol Burung Merpati dalam posisi terbang dengan pandangan lurus ke depan, lima garis sayap yang berbentuk garis-garis kecepatan, memiliki arti/makna bahwa perusahaan dalam menjalankan usahanya mengutamakan pada kecepatan, ketepatan, dan terpercaya.

- b. Simbol Bola Dunia melambangkan peran Perusahaan sebagai penyelenggara layanan yang mampu menjadi sarana komunikasi dalam lingkup Nasional maupun Internasional.
- c. Tipe tulisan “POS INDONESIA” dengan huruf Futura Extra Bold memberikan ciri khas sebagai Perusahaan kelas dunia
- d. Warna Logo menggunakan warna korporat yaitu warna Pos Orange dan Abu-abu. Warna Pos Orange mengandung arti/makna dinamis dan cepat. Warna Abu-abu yang merupakan warna natural mengandung arti/makna modern dari sisi pendekatan bisnis.

4. Struktur Organisasi



Sumber: Kantor Pos Kebon Rojo Surabaya, 2023

5. Strategi Peningkatan Layanan Pengiriman Barang

Kantor pos surabaya sebagai KPRK dan dengan banyaknya KCP yang dimiliki. Dalam memberikan pelayanan tentu saja lebih mengutamakan strategi pelayanan dan memperhatikan kebutuhan maupun keluhan yang dirasakan oleh pelanggan. Berdasarkan data yang diperoleh oleh peneliti. Maka dapat dilakukan pengkajian terkait dengan Strategi dalam peningkatan pelayanan Jasa Pengiriman Barang di kantor pos Surabaya

yakni melalui 4 indikator Strategi Teori Menurut Analisis SWOT, 1. Strengths (Kekuatan), 2 Weakness (Kelemahan), 3. Weakness (Kelemahan), 4. Threats (Ancaman).

Menurut Teori analisis SWOT dalam 4 Dimensi Data Strategi dan Hasilnya sebagai berikut:

- 1) Dimensi *Strengths* (Kekuatan), hasil observasi dan wawancara di Kantor Pos Kebon Rojo Surabaya mempunyai fasilitas / alat yang digunakan dalam

- jasa pengiriman barang maupun logistik sangat terbilang sudah memadai seperti halnya kalo Ruang tunggu sudah terbilang sudah memenuhi untuk pelanggan yang datang di Loker Pelayanan yang tersedia dan pegawai sudah memenuhi standart SOP dalam menyelenggarakan pelayanan kepada pelanggan.
- 2) Dimensi *Weakness* (Kelemahan), hasil wawancara di Kantor Pos Kebon Rojo Surabaya, kelemahan di fasilitas yakni, timbangan 1 untuk digunakan bersama di dalam loket pelayanan, tentunya harus tersedia beberapa timbangan lagi untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan terutama di setiap loket yang digunakan. Keterlambatan juga menjadi masalah dalam pengiriman barang ke daerah-daerah terpencil / pelosok-pelosok yang sekiranya jarang sekali untuk dijangkau oleh Kurir dan biasanya adanya bencana alam, hal tersebut perlu ditingkatkan lagi terutama pengiriman yang berada di daerah rawan bencana tentunya hal tersebut harus ditangani dengan kapal untuk sampai bila daerah yang dituju dilanda banjir agar pengiriman selalu konsisten.
 - 3) Dimensi *Opportunities* (Peluang), hasil observasi dan wawancara di Kantor Pos Kebon Rojo Surabaya peluang yang di dapati yaitu dengan adanya pelayanan jasa pengiriman yang semakin bertambah dari tahun-ke tahun, hal itu menjadi peluang persaingan Kantor Pos Kebon Rojo Surabaya untuk Bisa meningkat Drastis. Serta Pegawai yang welcome terhadap pelanggan juga menjadi titik perhatian dalam perusahaan ini. Tidak hanya itu pembayaran Kantor Pos surabaya saat ini juga bisa menggunakan aplikasi yaitu PostPay ada beberapa layanan yang tersedia dan aplikasi PosAja digunakan untuk mengecek history kiriman yang akan dituju ke penerima dan juga bisa mengecek / lacak kiriman menggunakan nomor resi

barang/logistik yang bisa digunakan agar tahu posisi barang yang telah di terima oleh pegawai Kantor Pos dan sudah melakukan transaksi di Loker Pelayanan Kantor Pos.

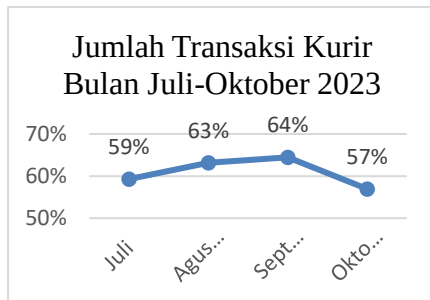
- 4) Dimensi *Threats* (Ancaman), hasil wawancara ancaman yang saat ini terjadi di dalam Kantor Pos Kebon Rojo Kota Surabaya adalah jumlah persaingan dalam dunia jasa pengiriman barang, saat ini yang semakin banyak / melonjak drastis terutama di dalam Kota Surabaya saat ini banyak sekali jumlah jasa-jasa pengiriman barang. tentunya pihak maupun pegawai Kantor Pos sudah tetap tampil meskipun adanya persaingan antara jasa pengiriman barang dari perusahaan swasta yang saat ini semakin bertambah terutama di Kota Surabaya.

Dari uraian diatas. dapat disimpulkan bahwa hasil wawancara menurut 4 indikator tersebut yang diterapkan di kantor pos kebon rojo surabaya saat ini masih ada pelanggan yang mengatakan bahwa pelayanan masih ada keterlambatan sedikit dalam masalah waktu yang ditentukan, maka dari itu masalah keterlambatan ini harus sudah clear / sudah teratasi dengan adanya pelayanan jasa pengiriman yang semakin bertambah pada Kantor Pos Kebon Rojo Surabaya.

Jumlah Transaksi Kurir

Strategi Dalam Peningkatan Pelayanan JasaBarang di Kantor Pos Surabaya. Pelayanan jasa merupakan salah satu bentuk layanan Jasa yang di sering digunakan dalam pengiriman barang, pelayanan jasa juga merupakan suatu yang tidak selalu terwujud dan itu merupakan tindakan yang dilakukan dengan melibatkan satu pihak ke pihak yang lainnya.

Grafik 1. Jumlah Transaksi Kurir dalam seluruh Logistik Bulan Juli-Oktober 2023



Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan grafik 1 yang telah disajikan, peneliti dapat menyimpulkan bahwa pelayanan yang disediakan Kantor Pos Surabaya telah banyak digunakan dan selalu menjadi pilihan untuk mengirimkan barang ke luar kota maupun luar pulau. Dapat dilihat dari grafik 1 bahwa di setiap bulan selalu ada transaksi kurir dalam seluruh produk maupun logistik. Menunjukkan bahwa strategi peningkatan kualitas pelayanan di Kantor Pos Surabaya telah cukup dikatakan telah mencapai maksimal.

Berdasarkan dari pelayanan di Kantor Pos Surabaya dapat disimpulkan jumlah dari para peminat dalam tabel 1. sebagai berikut:

Tabel 1. Daftar Layanan Jasa Pengiriman Kantor Pos Surabaya dan Jumlah peminat

No	Produk	Jumlah Peminat
1	Pos Express	685
2	Pos Kilat Khusus	2,555
3	Pos Biasa Luar Negeri	106
4	Pos Cepat Luar Negeri	255
5	EMS Dokumen	82
6	Paket Pos Standart Dalam Negeri	858
7	Register Untuk Luar Negeri (Tanpa Pranko)	70

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2023

Dari Tabel 3. data menurut tabel diatas, pelanggan banyak yang berminat jasa pengiriman pos khusus karena pelayanan ini bisa dikatakan sangat hemat untuk biaya pengirimannya yakni berkisar Rp.6000-Rp.7000 saja dan sesuai dengan alamat

tujuan serta ada estimasi terhadap waktu pengiriman yakni jangka waktu 2-5 hari saja biasanya telah sampai ke alamat yang sesuai. Misal, kalo ada barang yang hilang / rusak waktu pengiriman akan ada asuransi untuk mengantinya dengan harga yang sesuai dengan harga barang tersebut. Pelanggan kantor pos sangat berminat dengan pelayanan pos kilat dikarenakan pos kilat mempunyai estimasi yang bisa dikatakan cukup untuk jasa pengiriman yang diberlakukan dalam pengiriman barang tersebut.

E. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

1. Kesimpulan

Berdasarkan Uraian hasil Strategi Dalam Peningkatan Pelayanan Jasa Pengiriman Barang Di Kantor Pos Surabaya. Kantor Pos Surabaya dapat disimpulkan bahwa Kantor Pos Surabaya ini telah berusaha memberikan pelayanan yang benar-benar sesuai dengan harapan masyarakat agar pelanggan tetap setia dan selalu percaya untuk menggunakan Jasa layanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Hal tersebut dibuktikan dalam proses penelitian oleh peneliti dengan menggunakan dimensi Strategi oleh Analisis SWOT yaitu. Strengths (Kekuatan), Weakness (Kelemahan), Opportunities (Peluang), Threats (Ancaman),

Dalam dimensi Kekuatan dapat disimpulkan, bahwa dalam penampilan para pegawai dalam melayani konsumen sudah baik, rapi, dan tidak berantakan. Hanya saja belum dilengkapi dengan tanda pengenal. Sebab, dengan berpenampilan rapi dapat memberikan kesan yang baik bagi masyarakat atau pelanggan. Peralatan yang tersedia di Kantor Pos Surabaya sudah berfungsi dengan baik. Sehingga pegawai mampu melayani konsumen dengan baik tanpa hambatan dan berjalan dengan lancar.

Dalam dimensi Kelemahan dapat disimpulkan, bahwa konsumen lebih memilih menggunakan layanan pos Kilat/Cepat karena harganya murah dan estimasi waktu yang diberikan juga lumayan

cepat. Ketepatan dan kecepatan dalam memasukkan data sangat mempengaruhi barang atau dokumen yang akan dikirimkan. Oleh karena itu pegawai harus teliti serta memastikan kepada konsumen. Tidak hanya perusahaan tetapi juga pedagang perorangan mempercayakan barang atau dokumen yang dikirimkan melalui Pos karena konsumen tertarik dan percaya mengenai Strategi Pelayanan yang tersedia.

Dalam dimensi peluang juga dapat disimpulkan, bahwa konsumen yang hadir merupakan konsumen yang sering menggunakan layanan pos kilat khusus. Hal ini disebabkan karena pelayanan yang diberikan oleh pegawai seperti cara berpikir yang dituangkan dalam sikap dalam melayani sudah tepat dan cepat. Maka dari hal diatas secara garis besar keseluruhan Strategi Dalam Peningkatan Pelayanan Jasa Barang Di Kantor Pos Surabaya sudah sesuai dengan yang diharapkan konsumen dengan mementingkan setiap Pelayanan pada dan memperhatikan kebutuhan pelanggan maupun keluhan- keluhan yang diberikan Konsumen kepada Kantor Pos Surabaya yaitu Agar baik untuk kedepannya. Kantor Pos Kebon Rojo Surabaya peluang yang di dapati yaitu dengan adanya pelayanan jasa pengiriman yang semakin bertambah dari tahun-ke tahun, hal itu menjadi peluang persaingan Kantor Pos Kebon Rojo Surabaya untuk Bisa meningkat Drastis. Serta Pegawai yang welcome terhadap pelanggan juga menjadi titik perhatian dalam perusahaan ini. Tidak hanya itu pembayaran Kantor Pos Kebon Rojo surabaya saat ini juga bisa menggunakan aplikasi yaitu PostPay ada beberapa layanan yang tersedia dan aplikasi PosAja digunakan untuk mengecek history kiriman yang akan dituju ke penerima dan juga bisa mengecek / lacak kiriman menggunakan nomor resi barang/logistik yang bisa digunakan agar tahu posisi barang yang telah di terima oleh pegawai Kantor Pos dan sudah melakukan transaksi di Loker Pelayanan Kantor Pos.

Dalam dimensi Ancaman Ancaman yang saat ini terjadi di dalam Kantor Pos

Kebon Rojo Kota Surabaya adalah jumlah persaingan dalam dunia jasa pengiriman barang, saat ini yang semakin banyak / melonjak drastis terutama di dalam Kota Surabaya saat ini banyak sekali jumlah jasa-jasa pengiriman barang. tentunya pihak maupun pegawai Kantor Pos sudah tetap tampil meskipun adanya persaingan antara jasa pengiriman barang dari perusahaan swasta yang saat ini semakin bertambah terutama di Kota Surabaya.

2. Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan yang ada peneliti akan memberikan saran untuk meningkatkan sejumlah pelayanan terutama pada jasa pengiriman barang di Kantor Pos Kebon Rojo Surabaya:

- Kantor Pos Kebon Rojo Surabaya agar perlu dapat meningkatkan performa pelayanan jasa pengiriman barang dengan cara dengan melengkapi beberapa fasilitas saja terutama pada timbangan yang hanya berjumlah 2 tentunya perlu ada 5-6 di Loker pelayanan agar pelayanan ke sejumlah pelanggan bisa di minimalisir, tetutama itu pelanggan yang membawa barang Besar atau terbilang berat.
- Kantor Pos Kebon Rojo Surabaya juga perlu terus-terus bersaing dalam jasa pengiriman meskipun jasa pengiriman perusahaan Swasta semakin pesat untuk jumlah pelanggan / peminatnya dari tahun 2022-2023 yang semakin berkembang saat ini. Tentunya agar peminat Pelayanan Jasa pengiriman terutama di Kantor Pos dapat diminati oleh sejumlah masyarakat baik kota maupun pedesaan terutama yaitu di Provinsi Jawa Timur.
- Kantor Pos Kebon Rojo Surabaya harus terus-terus mematuhi pelayanan ini dengan tetap memerhatikan SOP kerja tentunya dari tahun ke tahun, yaitu seperti ketentuan akan peraturan yang berlaku, serta agar kedepannya dapat mengatasi beberapa komplain yang masih ada terutama pada sejumlah pelanggan Kantor Pos Kebon Rojo Surabaya.

REFERENSI

- Adam Firdaus, Nurkholis, N., Umar Tsani Abdurrahman, & Iskandar, I. (2022). Perancangan sistem monitoring peralatan dan pemetaan kantor pos cabang Bogor menggunakan metode rapid application development. *INFOTECH: Jurnal Informatika Teknologi*, 3(1), 20–30. <https://doi.org/10.37373/infotech.v3i1.236>
- Ahmad Zikri, M. I. H. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia Regional I Sumatera. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 129–138.
- Araujo, V. de F., & Malau, R. M. U. (2019). Pengaruh Komunikasi Interpersonal Customer Service Terhadap Kepuasan Pelanggan Layanan Jasa Pos Di Kantor Pos Bandung Jalan Asia Afrika. *E-Proceeding of Management*, 6(3), 6453–6459.
- Ardiansyah, A., & Purbawati, D. (2020). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Lingkungan Kerja Fisik Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada Karyawan Pt Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(2), 141–149. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.27233>
- Ardy, M., & Selviani, S. (2022). Strategi Kantor Pos dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Perspektif Ekonomi Islam. *AL-Muqayyad*, 5(2), 122–128. <https://doi.org/10.46963/jam.v5i2.811>
- Astuti, A. M. I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58–70.
- Dewi Triana, & Dian Arifah Qur'ani. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Pos Indonesia (PERSERO) Bantul. 12(2), 1–8. <http://data.bantulkap.go.id>
- Engkus, E., & Ulfah, N. (2019). Analisis Kinerja Pegawai Bagian Pelayanan Di Pt. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Subang. *Ministrate: Jurnal Birokrasi Dan Pemerintahan Daerah*, 1(1), 39–61. <https://doi.org/10.15575/jbpd.v1i1.6313>
- Ervina, E., Ferdinand, F., & Meitiana, M. (2023). Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Motivasi Sebagai Variabel Mediasi Pada PT. Pos Indonesia Kantor Pos Palangka Raya. *Edunomics Journal*, 4(2), 144–166. <https://doi.org/10.37304/ej.v4i2.10027>
- Faulina RF, N., Hardianto, W. T., & Purwatiningsih, A. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan Publik Untuk Mewujudkan Good Corporate Governance (Studi Inovasi Program O-Ranger Di Pt. Pos Persero Kota Malang). *Reformasi*, 10(2), 209–216. <https://doi.org/10.33366/rfr.v10i2.1908>
- Istiqomah, I., & Adi, K. (2020). Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Komitmen Organisasi Terhadap Turnover Intention. *Majalah Ilmiah Cahaya Ilmu*, 2(2), 96. <https://doi.org/10.37849/mici.v2i2.217>
- Krisbiantoro, D., Kharisma, C., Komputer, F. I., Purwokerto, U. A., Studi, P., Informasi, S., Komputer, F. I., & Purwokerto, U. A. (2023). Mengetahui Tingkat Kegunaan Pengguna Pada Aplikasi Pospay Dengan Metode Heuristik (Studi Kasus: Kantor Pos Purbalingga). 9(1).
- Nova, P. S. (2018). Efektivitas Komunikasi Aplikasi Telegram Sebagai Media Informasi Pegawai PT.Pos Indonesia (Persero) Kota Pekanbaru. *E-Conversion - Proposal for a Cluster of Excellence*, 5(1), 1–11.
- Perdana, F. I., & Hidayat, I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa PT, Pos Indonesia Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(7), 1–18.
- Samma, A. F., Boer, K. M., & Mulawarman, U. (2023). Meningkatkan Pelayanan Publik Pt Pos Indonesian. 15(1).
- Saputra, S., & Kusumawardani, L. W. (2020). Analisis Penanganan Keluhan Pelanggan Layanan Pos Express Pada Kantor Pos Kediri 64100. *Bisnis Dan Pemasaran*, 10, 1–8. <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/primark/article/view/735/552>
- Siroj, S., Nurwidiawati, D., Mailani, A.,

- Syachwaldi, R. A., Irawan, A., Nurohman, M. Y., & Aditya, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kantor Pos Sindanglaya Cipanas. *El-Ecosy: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.35194/eeek.v1i1.1134>
- situmorang, desy, K. (2018). Analisis rute pendistribusian dengan menggunakan metode ant colony optimization dalam persoalan vehicle routing problem pada kantor pos boyolali. *Logistik Bisnis*, 9(1), 51–59.
- Sudaryana, Y. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor Pos Indonesia (Persero) Kota Tangerang. *Journal of Management Review*, 4(1), 447–455.
- Suparno Saputra, & Melati Khafifah Putri. (2022). Membangun Kepercayaan Pelanggan Terhadap Layanan Pos Express Dengan Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (Ahp) Pada Kantor Pos Bandung. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 12(1), 1–16.
- Taroreh, V., Sondakh, J. J., Maradesa, D., Ekonomi, F., Taroreh, V., Sondakh, J. J., & Maradesa, D. (n.d.). Analisis Penerapan Sistem Pengendalian Manajemen Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan Pada Pt . Pos Indonesia Kantor Cabang Manado Analysis Of The Implementation Of Management Control System To Improve Company Performance At Pt . Pos Indonesia Kantor Cab. 11(3), 82–89.
- Wahyuni, R. C., & Waloejo, H. D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pt Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 349–356. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26438>
- Warsono, H., Qurniawati, D. R., Sitorus, H., & Fajar S., S. M. (2018). INOVASI LAYANAN MPOSPAY DAN FREE PICK UP POS INDONESIA DALAM PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN (Studi Pada Kantor Pos Semarang 50000). *JPSI (Journal of Public Sector Innovations)*, 2(2), 44. <https://doi.org/10.26740/jpsi.v2n2.p44-50>
- Wirakanda, G. G., & Putri, I. S. (2020). Analisis Penanganan Keluhan Pelanggan (Studi Kasus Di Kantor Pos Bandung 40000). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(2), 1–11. <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/primark/article/view/1020/698>
- Yunaida, E. (2017). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Pendapatan Produk Surat dan Paket Kantor Pos Langsa. *Jurnal Manajemen & Keuangan*, 6(1), 688–699.
- Somadi Somadi, Angelita Claudia Sitinjak. (2021). Strategi Peningkatan layanan Kantor Pos Bandung 40000. *Jurnal logistik bisnis* 11 (1), 50-60
- Ahmad Zikri, M. I. H. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia Regional I Sumatera. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 129–138.
- Ardiputra, S. (2020). Aspek Tangible Pada Pelayanan Jasa Pos Di Kantor Pos Cabang Pasangkayu 91571. *JPAP: Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, 6(2). <https://doi.org/10.30996/jpap.v6i2.4294>
- Ahmad Zikri, Muhammad IkhsanHarahap. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT.Pos Indonesia (persero) Regional I Sumatera *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*, 2 (1), <https://ummaspul.e-journal.id/JKM/article/download/3280/1109>
- Miles, Mattew B., & Huberman, A. M. 2005. *Qualitative Data Analysis (terjemahan)*.