

## ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PUBLIK UNTUK MEWUJUDKAN *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* (STUDI INOVASI PROGRAM *O-RANGER* DI PT POS PERSERO KOTA MALANG)

Nella Faulina RF; Willy Tri Hardianto; Annisa Purwatiningsih

Program Magister Administrasi Publik Sekolah Pascasarjana

Universitas Tribhuwana Tungga Dewi

e-mail: [faulina.nella01@gmail.com](mailto:faulina.nella01@gmail.com)

**Abstrak:** *O-Ranger* adalah program PT. Pos untuk mempermudah para pelanggan jasa pos dalam mengirim barang. Sistem kerja *O-Ranger* yaitu dengan mengambil barang langsung ke tempat pelanggan/customer. Penelitian ini akan melihat seberapa puas pelanggan kantor pos terhadap layanan yang diberikan oleh *O-Ranger pick up* Kota Malang. Tujuan penelitian ini guna mengetahui kualitas dari pelayanan *O-Ranger* PT. Pos Persero Kota Malang dan mengetahui bagaimana *Good Corporate Governance* dijalankan dalam program *O-Ranger* di PT. Pos Persero Kota Malang. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik penentuan informan yaitu menggunakan *snowball sampling* yang mana informan pada penelitian ini adalah marketing dari kantor pos kota Malang, tiga orang *O-Ranger* dan sepuluh orang pelanggan dari *O-Ranger*. Sumber data primer adalah pelanggan *O-Ranger* dan sumber data sekunder adalah pengamatan pada lokasi penelitian secara langsung. Triangulasi data adalah teknik yang digunakan dalam pengumpulan data. Analisa data menggunakan teori dari Miles, Huberman dan Saldana dengan cara: penyeleksian data atau kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi data. Penelitian ini menunjukkan hasil yang baik, dimana pelayanan yang diberikan oleh *O-Ranger* Kota Malang telah menunjukkan hasil yang baik. Dapat kita lihat dalam dimensi yang ada pada setiap indikator seperti *tangible*, *realibility*, *responsiviness*, *assurance* juga *emphaty* menunjukkan respon yang positif dari pengguna jasa *O-Ranger* PT. Pos Persero telah menyusun pedoman etika bisnis dan tata perilaku (*Code Of Conduct*). Pedoman ini mengatur tentang etika dalam berbisnis dan berperilaku bagi para insan Pos dan semua yang terlibat didalamnya. Hal ini membuktikan bahwa PT. Pos telah melaksanakan *Good Corporate Governance* dengan baik.

**Kata Kunci:** Pelayanan; *Good Corporate Governance*, Kepuasan Pelanggan

**Abstract:** *O-Ranger* is a PT. Pos program to facilitate postal service customers in sending goods. *O-Ranger* work system that is by taking goods directly to the customer / customer. This study will look at how satisfied the post office customers are with the services provided by the Malang City *O-Ranger pick-up*. The purpose of this study was to determine the quality of the *O-Ranger* service of PT Pos Persero Malang City and to find out how *Good Corporate Governance* was implemented in the *O-Ranger* program at PT. Pos Persero Malang City. This study used descriptive qualitative method. The technique of determining informants is using *snowball sampling*, where the informants in this study are marketing from the Malang post office, three *O-Ranger* and ten customers from *O-Ranger*. Primary data sources are *O-Ranger* customers and secondary data sources are observations at research sites directly. Data triangulation is a technique used in data collection. Data analysis uses theories from Miles, Huberman and Saldana by: selecting data or condensing data, presenting data, and drawing conclusions or verifying data. This research shows good results, where the services provided by *O-Ranger* Malang have shown good results. We can see in the dimensions that

*exist in each indicator such as Tangible, Reliability, Responsiviness, Assurance as well as Emphaty shows a positive response from O-Ranger service users. PT Pos Persero has compiled a code of business ethics and code of conduct. This guideline regulates ethics in doing business and behavior for the people of the Post and all those involved in it. This proves that PT. Pos Indonesia has implemented Good Corporate Governance (GCG) very well.*

**Keywords:** Service; Good Corporate Governance; Customer Satisfaction

## PENDAHULUAN

Pelayanan publik memiliki arti sebagai upaya negara guna memenuhi kebutuhan dasar dari hak setiap warga negaranya atas barang, jasa maupun pelayanan administrasi. Keberhasilan kinerja pemerintah dapat diukur melalui pelayanan publik. Pelayanan publik juga dapat diartikan sebagai pemberian layanan kepada orang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan (Harsono: 2019). Dari pernyataan tersebut dapat diartikan bahwa pelayanan publik dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dasar dari manusia. Manusia dan pelayanan pada dasarnya tidak dapat dipisahkan (Kurniasih: 2016). Sejalan dengan hal tersebut menurut Hayat (2017: 21) menyatakan bahwa “Suatu pemerintahan dapat dikatakan berhasil apabila pelayanan dalam negara tersebut telah berjalan dengan baik”. Selain itu hal yang dapat menjadi acuan keberhasilan dari kinerja pemerintah adalah kepuasan yang dirasakan oleh masyarakat apabila masyarakat merasa pelayanan yang diberikan oleh pemerintah memuaskan, maka dapat dikatakan pelayanan tergolong sukses. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Untuk dapat menilai sejauh mana kualitas pelayanan publik yang diberikan aparatur negara, perlu adanya kriteria yang dapat menunjukkan apakah suatu pelayanan publik yang diberikan dapat dikatakan baik atau buruk.

Menurut Zeithaml dkk 1990 dalam Adam (2017) kualitas pelayanan dapat diukur dari 5 dimensi dan setiap dimensi memiliki indikator-indikator yang dapat mengukur kualitas pelayanan diantaranya adalah *tangible* (berwujud) dengan indikator penampilan petugas dalam melayani pengguna layanan, kenyamanan tempat melakukan pelayanan, kemudahan dalam proses pelayanan, kedisiplinan pegawai dalam melayani pengguna layanan dan penggunaan alat bantu dalam pelayanan. Pada dimensi *reliability* (kehandalan) memiliki indikator kecermatan pegawai dalam melayani pengguna layanan, memiliki standar pelayanan yang jelas, kemampuan menggunakan alat bantu pelayanan, keahlian petugas menggunakan alat bantu pelayanan. Dimensi *Responsiviness* (ketanggapan) yang memiliki indikator merespon setiap pelanggan, pelayanan dengan cepat dan tepat, pegawai melakukan pelayanan dengan waktu yang tepat, respon keluhan pelanggan. Dimensi *Assurance* (Jaminan) dengan indikator jaminan tepat waktu pelayanan, jaminan kepastian biaya dalam pelayanan, jaminan legalitas dalam pelayanan. Dimensi *Empaty* (Empati) dengan indikator mendahulukan kepentingan pengguna layanan, melayani dengan sikap ramah dan sopan santun, tidak diskriminasi, dan juga melayani serta menghargai setiap pelanggan.

BUMN ialah contoh perusahaan milik pemerintah yang berperan penting dalam penyelenggaraan pelayanan publik. Ini dikarenakan dalam kesehariannya BUMN bersentuhan langsung dengan masyarakat. BUMN menyediakan pelayanan dalam bidang jasa publik dan barang publik. Salah satu perusahaan BUMN pada bidang jasa pengiriman adalah PT. Pos Indonesia. PT. Pos telah dikenal oleh masyarakat sebagai perusahaan pengiriman terkemuka. Menurut data dari situs resmi PT. Pos Indonesia menunjukkan bahwa PT. POS Indonesia memiliki jaringan distribusi terbesar se Indonesia yaitu lebih dari 4.000 kantor yang berada di 24.000 titik layanan diseluruh kota, kabupaten dan di hampir semua kecamatan di Indonesia. Ada 418 unit armada layanan bergerak, kendaraan truk dan mobil dinas sejumlah 10.523, karyawan yang tersebar di seluruh Indonesia sebanyak 19.502 orang, 3.729 kantor pos *online* dan 24.674 *point of sales*. Selain melayani pengiriman surat dan pengiriman barang, PT. Pos juga melayani jasa keuangan, ritel dan properti.

Namun seiring berjalannya waktu mulai bermunculan perusahaan-perusahaan pengiriman barang yang menyerupai PT. Pos, diantaranya JNE, JNT, Pahala Express, TIKI, ESL Express, dan lain sebagainya. Kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan yang terus berinovasi dapat membuat sebuah perusahaan terus bersaing dengan kompetitor dan pelanggan menjadi puas terhadap pelayanan yang diberikan. Karena dengan pelayanan yang baik pelanggan akan percaya dan terus menggunakan jasa perusahaan tersebut (SB. Handayani: 2017). Jika pelanggan puas dengan pelayanan yang diberikan maka perusahaan tersebut akan direkomendasikan terhadap orang lain dan akan menggunakan jasa tersebut secara terus-menerus. Betapa pentingnya kualitas dari sebuah pelayanan agar pelanggan dapat merasa puas. Aspek penting perusahaan agar dapat bertahan dan bersaing adalah kepuasan dari pelanggan.

Perusahaan diharapkan bisa untuk menciptakan produk-produk dengan inovasi baru. Menurut Aditi dan Hermansyur (2018) "Inovasi memiliki peran yang penting dalam pencapaian tujuan perusahaan untuk bersaing di dunia ekonomi dan untuk menumbuhkan lapangan kerja". Salah satu kunci sukses sebuah perusahaan adalah selalu membuat inovasi baru baik dalam wujud produk, layanan ataupun sistem. Inovasi memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap citra perusahaan. Karena dengan inovasi baru pada pelayanan akan membawa dampak positif bagi perusahaan maupun bagi konsumen. Dengan begitu pelanggan akan mendapatkan kepuasan maksimal dan untuk perusahaan akan menambah volume penjualan produknya. Banyak pelaku bisnis di Indonesia yang menawarkan berbagai jasa dan layanan yang inovatif lewat *on line* (*daring*). Dengan jangkauan luas tanpa batas, perusahaan dapat mencari pelanggan baru.

Menurut Sinambela (2012:47) "*Good Governance* dapat diartikan sebagai proses yang mengorientasikan pemerintah/negara pada distribusi kekuatan dan kewenangan (*authority*) yang merata dalam seluruh elemen masyarakat untuk dapat mempengaruhi keputusan dan kebijakan yang berkaitan dengan kehidupan publik beserta seluruh upaya pembangunan politik, ekonomi, sosial dan budaya mereka dalam sistem pemerintahan". Dengan kata lain *good governance* adalah cara berpemerintah yang baik dan amanah, yang mana hubungan antara pemerintah dan masyarakat terjalin dengan baik. Hubungan definisi antara definisi *Good Governance* dan *Good Corporate Governance* ialah *Good Governance* lebih mengutamakan

hubungan antar negara/pemerintah dengan masyarakat sedangkan *Good Corporate Governance* lebih mengutamakan hubungan antar negara, swasta, dan masyarakat.

Menurut Zarkasyi dalam Febriani (2016), *Good Corporate Governance* (GCG) pada dasarnya merupakan suatu sistem (*input*, proses, *output*) dan seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara berbagai pihak yang berkepentingan (*stakeholders*) demi tercapainya tujuan perusahaan. GCG dimasukkan untuk mengatur hubungan-hubungan tersebut dan mencegah terjadinya kesalahan yang signifikan dalam strategi perusahaan dan untuk memastikan bahwa kesalahan-kesalahan yang terjadi dapat diperbaiki dengan segera. Dari beberapa definisi mengenai *Good Corporate Governance* di atas dapat penulis simpulkan, bahwa *Good Corporate Governance* adalah sistem yang mengatur, mengelola dan mengawasi proses pengendalian usaha untuk meningkatkan kinerja perusahaan, sekaligus sebagai bentuk perhatian kepada *stakeholder*, karyawan, kreditur dan masyarakat sekitar. *Good Corporate Governance* memiliki tujuan meningkatkan pelayanan yang terbaik untuk pelanggan/masyarakat (*excellent quality*). *Good Corporate Governance* berusaha menjaga keseimbangan diantara pencapaian tujuan ekonomi dan tujuan masyarakat.

Objek penelitian ini adalah PT. Pos Indonesia dikarenakan PT. Pos adalah pelayanan pengiriman barang yang sampai kini masih bertahan. Dilansir dalam media *online* Techno.id (2015) dengan judul “Jasa Pos Lesu Akibat Kemajuan Teknologi” bahwa peminat pengiriman surat melalui kantor Pos menurun”. Semakin berkembangnya teknologi adalah salah satu penyebabnya. Banyaknya *onlineshop* membuat masyarakat lebih cenderung menggunakan jasa Pos untuk pengiriman barang. Era generasi milenial ini membuat jasa pengiriman Pos berusaha untuk berinovasi agar tidak ditinggalkan pelanggan. Inovasi baru yang dilakukan PT. Pos Indonesia diantaranya dengan penjemputan barang gratis. Inovasi ini yang kemudian diberi nama layanan *O-Ranger* untuk melayani pengambilan barang yang akan dikirim guna mempermudah para pengguna layanan atau yang disebut *pick up service* di setiap area. Karena hingga kini armada pengiriman barang sejenisnya masih belum ada yang mengusung pelayanan *pick-up service* dengan jangkauan yang luas. Layanan ini juga terhitung baru yang diluncurkan oleh PT. Pos membuat peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Pos melalui program *O-Ranger* dan bagaimana kepuasan dari pelanggan terhadap pelayanan PT. Pos melalui program *O-Ranger*.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis deskriptif kualitatif dengan lokasi penelitian Kantor Pos Kota Malang Yang beralamatkan di Jl. Merdeka Selatan No. 5. Teknik Penentuan Informan dengan *snowball sampling*. Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder. Pengumpulan data penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi data. Metode yang digunakan untuk menganalisis data adalah penyeleksian data (kondensasi), menyajikan data, dan menarik kesimpulan (Miles, Huberman, dan Saldana 2014).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Untuk dapat menilai sejauh mana kualitas pelayanan publik yang diberikan aparatur negara, perlu adanya kriteria yang dapat menunjukkan apakah suatu pelayanan publik yang diberikan dapat dikatakan baik atau buruk. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka sehingga perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimalkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan (Panjaitan, Yuliati: 2016).

Menurut Darus (2015) tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi harus dipandang dari sudut pandang pelanggan. Karena itu, dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, perusahaan harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dengan memperhatikan komponen kualitas pelanggan. Menurut Zeithaml dkk (1990) dalam Adama (2017), kualitas pelayanan dapat diukur dari 5 dimensi, yaitu: *tangible* (berwujud), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati). Paparan analisis terhadap lima dimensi tersebut adalah sebagai berikut:

#### a) Dimensi *Tangible*

Seperti yang dikemukakan oleh Zeithaml dkk 1990 dalam Adam (2017) yang menyatakan bahwa salah satu dimensi dari kualitas pelayanan adalah *tangible* (berwujud). Ada beberapa dimensi *tangible* diantaranya penampilan petugas dalam melayani pengguna layanan, kenyamanan tempat melakukan pelayanan, kemudahan dalam proses pelayanan, kedisiplinan pegawai dalam melayani pengguna layanan, dan penggunaan alat bantu dalam pelayanan. Dari penelitian ini dapat diketahui bahwa penampilan petugas *O-Ranger*, kenyamanan tempat pelayanan, kemudahan proses pelayanan, kedisiplinan pegawai dan keahlian dalam menggunakan alat bantu pelayanan. Kualitas pelayanan publik oleh *O-Ranger* kantor pos kota Malang pada dimensi *tangible* berdasarkan data dari indikator-indikator dalam penelitian ini bisa dikatakan baik karena dari indikator pada dimensi *tangible* ini hampir semua baik. Hal yang menunjukkan indikator baik pada dimensi ini diantaranya adalah kerapian petugas ketika memberikan pelayanan, kenyamanan tempat saat melakukan pelayanan, kemudahan dalam proses pelayanan, kedisiplinan pegawai *O-Ranger pick up* kota Malang saat melayani pengguna layanan, dan penggunaan alat bantu dalam pelayanan.

#### b) Dimensi *Reliability*

Pada dimensi *reliability* memiliki beberapa indikator. Menurut Zeithaml dkk 1990 dalam Adam (2017) indikator-indikator dalam dimensi *reliability* diantaranya adalah kecermatan dalam melakukan pelayanan, memiliki standart pelayanan yang jelas, dan kemampuan menggunakan alat bantu pelayanan. Dari rangkaian analisis kualitatif yang dilakukan terhadap dimensi *reliability* pada pelayanan publik *O-Ranger pick up* kota Malang menunjukkan hasil yang baik. Karena pada penelitian ini sudah terpenuhi dengan sangat baik

indikator tersebut, diantaranya adalah kecermatan petugas dalam melayani pelanggan *O-Ranger* dimana sistem pelayanan ini menggunakan sistem daring sehingga lebih efisien dan cepat, selain itu juga keahlian petugas dalam menggunakan dan mengoperasikan alat penunjang untuk membantu pelayanan *O-Ranger pick up* kota Malang tidak diragukan lagi.

c) Dimensi *Responsiviness*

Pada dimensi *responsiviness* terdapat beberapa indikator dari kualitas pelayanan. seperti yang dikemukakan oleh Zeithaml dkk 1990 dalam Adam (2017) indikator dari dimensi *responsiviness* diantaranya merespon setiap pelanggan, pelayanan dengan cepat dan tepat, pegawai melakukan pelayanan dengan waktu yang tepat, dan merespon keluhan dari pelanggan. Dari penelitian ini dapat diketahui bahwa petugas *O-ranger* selalu merespon setiap pelanggan, pelayanan yang cepat, dan merespon semua keluhan dari pelanggan. Rangkaian analisis kualitatif yang dilakukan terhadap dimensi *responciveness* sangat baik karena dari ketiga indikator pada dimensi ini ketiga-tiganya menunjukkan hasil yang positif. Indikator tersebut adalah petugas yang selalu merespon pelanggan dengan baik, pelayanan cepat, tepat, dan tidak bertele-tele. Selain itu semua keluhan yang diajukan oleh pelanggan dari *O-Ranger* juga direspon dengan sangat baik.

d) Dimensi *Assurance*

Menurut Zeithaml dkk 1990 dalam Adam (2017) Indikator dalam Dimensi *assurance* diantaranya adalah jaminan waktu dalam pelayanan, jaminan kepastian biaya dalam pelayanan, dan juga petugas selalu memberikan jaminan legalitas. Hal tersebut tampak pada penelitian ini yang mana dimensi Assurance pada pelayanan yang dilakukan oleh *O-Ranger* di kantor pos kota Malang menunjukkan hasil yang baik. Dimensi assurance berisi diantaranya untuk memberi keyakinan dan dapat membangun rasa percaya pelanggan untuk selalu tetap menggunakan jasa *pick up O-Ranger* kota Malang. Faktor penyebab dimensi ini menjadi baik diantaranya adalah petugas *O-Ranger* melayani pelanggan dengan ramah, dan dapat menciptakan kesan yang baik bagi para pelanggan. Menciptakan kesan yang baik kepada para pelanggan dapat membangun rasa percaya antara pelanggan dengan *O-Ranger* dan juga dengan Kantor Pos.

e) Dimensi *Emphaty*

Menurut Zeithaml dkk 1990 dalam Adam (2017) ada beberapa Indikator pada dimensi *emphaty* diantaranya adalah mendahulukan kepentingan pelanggan, melayani dengan sikap ramah dan sopan santun serta tidak diskriminasi. Dari rangkaian analisis kualitatif pada dimensi empati dijelaskan bahwa semua indikator dalam dimensi ini seperti sikap petugas yang ramah, sopan, bertanggung jawab serta mengutamakan kepentingan dari pelanggan hasilnya sangat baik. Ini terlihat dari prioritas pelayanan yang dilakukan kepada pelanggan. Kantor Pos memiliki misi untuk berkomitmen menyediakan pelayanan yang tepat waktu dan bernilai baik.

### **Pelaksanaan *Good Corporate Governance* pada PT Pos Indonesia**

Pada PT. Pos telah melaksanakan *Good Corporate Governance*. Hal ini sesuai dengan keputusan bersama Dewan Komisaris dan Direksi PT Pos Indonesia (Persero) No.288/Dekom/0714 dan Nomor: KD.44/DIRUT/0714 tanggal 01 Juli 2014 tentang Panduan Penerapan *Good Corporate Governance* yaitu transparansi (*transparency*), yakni keterbukaan dalam mengemukakan informasi materil dan relevan mengenai perusahaan. Akuntabilitas (*accountability*), yaitu memiliki fungsi jelas dan pertanggungjawaban dari setiap masing-masing bagian dan seluruh jajaran agar perusahaan dapat dikelola dengan efektif dan efisien. Pertanggungjawaban (*responsibility*), adalah dalam pengelolaan perusahaan yang sesuai dengan undang-undang yang berlaku serta menggunakan prinsip korporasi yang sehat. Kemandirian (*independency*), yaitu perusahaan menggunakan prinsip korporasi yang baik dan sehat secara mandiri sesuai dengan peraturan undang-undang yang berlaku tanpa pengaruh dari pihak manapun. Kewajaran (*fairness*), adalah pemenuhi hak dari pemangku kepentingan (*stakeholders*) sesuai aturan dan perjanjian yang berlaku.

Dari penelitian ini diketahui analisis kualitas pelayanan tersebut pengelola PT. Pos melalui *O-Ranger* telah mewujudkan *Good Corporate Governance*. Hal ini sesuai dengan pelayanan kualitas terbaik yang diberikan oleh perusahaan produk yang dijual sesuai standar mutu, menerima dan menindak lanjut keluhan dari pelanggan, dan melakukan promosi yang jujur selain itu pengelolaan PT. Pos yang sesuai dilihat dari prinsip *Good Corporate Governance* meliputi transparansi, akuntabilitas, pertanggungjawaban, kemandirian, kewajaran. Sehingga dapat dikatakan pelayanan *O-Ranger* terhadap pelanggan dalam kategori baik. Mengingat produk *O-Ranger pick up* ini adalah produk layanan menjemput barang yang termasuk inovasi baru yang dikeluarkan oleh PT. Pos untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan kepada para pelanggan PT. Pos Indonesia khususnya di kota Malang.

### **PENUTUP**

Analisis dari kualitas pelayanan *O-Ranger pick up* kota Malang menunjukkan hasil yang baik. Ini dibuktikan berdasarkan indikator-indikator pada dimensi kualitas pelayanan diantaranya *tengible, reliability, responsiveness, assurance, emphaty* yang menunjukkan hasil yang baik. Selain itu PT. Pos Kota Malang sudah melaksanakan dengan baik *Good Corporate Governance* pada program *O-Ranger* di PT. Pos Kota Malang. Dibuktikan dengan telah disusunnya pedoman etika bisnis dan tata perilaku (*code of conduct*) oleh PT. Pos Persero sebagai hasil menerapkannya *Good Corporate Governance* tentang etika perusahaan dengan konsumen yang selalu berusaha melayani konsumen dengan kualitas terbaik. Sebagai saran rekomendasi untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen yaitu perlu adanya tambahan alat penunjang pelayanan agar kinerja dan pelayanan dapat lebih maksimal serta menentukan jam kerja yang pasti agar tidak ada keterlambatan pelayanan *O-Ranger* saat mengambil dan mengirim barang.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Adam, A., Agung, M., & Rahayu, I. (2017). *Kualitas Pelayanan KTP-El Pada Dinas Kependudukan Dan Catatan Sipil Gowa Di Kabupaten Gowa*. Jurnal PENA: Penelitian dan Penalaran, 4(2), 801-811.
- Aditi B dan H.M. Hermansyur (2017) *Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Umkm Di Kota Medan*. Jurnal Manajemen Tools, 7(1), 1-9.
- Darus M. D. & Kasyful M (2015) *Analisis Tingkat Kepuasan Penumpang Terhadap Kualitas Pelayanan Di Bandar Udara Internasional Kualanamu*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan, 3(6), 408-420.
- Febriani, J. I., Al Musadieg, M., & Afrianty, T. W. (2016). *Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Kinerja (Studi Pada Karyawan PT Pos Indonesia (Persero) Tuban)*. Jurnal Administrasi Bisnis, 32(1), 82-89.
- Handayani, S. B., & Taufiq, M. (2017). *Analisa Keputusan Konsumen Warung Angkringan yang Dipengaruhi Lokasi, Fasilitas & Kualitas Pelayanan (Studi Kasus Pada Warga Kos di Kota Semarang)*. Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi, 24(43).
- Harsono, B. (2019). *Analisis Kualitas Pelayanan Publik Pada Kantor Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kecamatan Johar Baru Kota Administrasi Jakarta Pusat*. Public Administration Jurnal (PAJ), 3(1).
- Hayat. (2017). *Manajemen Pelayanan Publik*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.  
<https://www.techno.id/tech-news/jasa-pos-lesu-akibat-kemajuan-teknologi-150404d.html>
- Keputusan Bersama Dewan Komisaris dan Direksi PT Pos Indonesia (Persero) Nomor: 288/Dekom/0714 dan Nomor: KD. 44 /DIRUT/0714 tanggal 01 Juli 2014 tentang Panduan Penerapan Good Corporate Governance di PT Pos Indonesia (Persero).
- Kurniasih W.L & Nina W (2016) *Pelayanan Publik Dalam Menciptakan Pelayanan Prima Di Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kabupaten Pematang*. *Journal of Public Policy and Management Review*, 5(2), 294-305
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*. Edition 3. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press.
- Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung [The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction at JNE Branch in Bandung]*. DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen, 11(2), 265-289.
- Sinambela, Lijan Poltak. Dkk. (2011). *Reformasi Pelayanan Publik*. Jakarta: Bumi Aksara
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Web Resmi Pos Indonesia <https://www.posindonesia.co.id/id>.