

**PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN PADA  
PT.POS INDONESIA (PERSERO) MANADO**

**TUGAS AKHIR**

**Oleh :**

**YUNINSI LOHONAUMAN**

**19052005**



**POLITEKNIK NEGERI MANADO  
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN  
2022**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
MOTTO .....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN .....	v
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS .....	vi
BIODATA MAHASISWA .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	3
1.3 Rumusan Masalah .....	3
1.4 Tujuan dan Manfaat .....	3
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS	
2.1 Landasan Teori.....	5
2.2 Hasil Penelitian Relevan .....	8
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian .....	9
3.2 Jenis Dan Metode Penelitian.....	9
3.3 Jenis Dan Prosedur Pengumpulan Data .....	10

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	11
4.1.1 Logo Perusahaan .....	11
4.1.2 Sejarah Perusahaan .....	12
4.1.3 Visi Misi.....	14
4.1.4 Struktur Organisasi .....	15
4.1.5 Sumber Daya Perusahaan.....	31
4.2 Hasil Penelitian .....	33
4.3 Pembahasan.....	43

## BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan .....	46
5.2 Saran.....	47

DAFTAR PUSTAKA .....	48
----------------------	----

LAMPIRAN.....	49
---------------	----

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 LATAR BELAKANG

Dewasa ini tidak bisa di pungkiri bahwasannya terjadi banyak kemajuan dan perubahan di bisnis modern dalam meningkatkan perekonomian suatu bangsa. Perusahaan sebagai salah satu lembaga perekonomian dituntut secara aktif dalam pelaksanaan pembangunan. Melalui kegiatan ekonomi, perusahaan bisa menaruh pelayanan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Pada dasarnya, tujuan bisnis adalah untuk memuaskan pelanggan. Terciptanya kualitas pelayanan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan perusahaan dan konsumennya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembeli ulang ulang, terciptanya loyalitas pelanggan, serta membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan (Fandy Tjiptono, 1994).

Kualitas Pelayanan merupakan refleksi persepsi evaluative konsumen terhadap pelayanan yang diterima pada suatu waktu tertentu berdasarkan tingkat pentingnya pada dimensi-dimensi pelayanan (Parasuraman 1988:23).

Kualitas pelayanan meliputi lima dimensi terhadap kepuasan pelanggan, yang terdiri dari Bukti Fisik (*tangible*), meliputi tampilan fisik seperti fasilitas fisik, alat, atau perlengkapan dan juga penampilan pekerja. Kendala (*reliability*), serangkaian alat ukur yang akan memberikan hasil yang sama, atau untuk pengukuran yang lebih subjektif, apakah dua orang penilai memberikan skor yang

mirip. Daya Tanggap (*responsiveness*), merupakan respon atau kesigapan karyawan dalam membantu dan memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Jaminan/Asuransi (*assurance*), dalam Lupiyoadi (2001:148) menjelaskan bahwa assurance adalah pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya kepada pelanggan. dan Empati (*empathy*). Kemampuan dan kecenderungan seseorang untuk memahami apa yang orang lain pikirkan dan rasakan pada situasi tertentu.

Menurut Anderson, Fornell dan Lechman (1994) apabila pelanggan puas terhadap barang atau pelayanan yang diberikan, maka akan menimbulkan peningkatan kesetiaan pelanggan. Pelanggan yang tidak puas dengan layanan yang diterima, maka pelanggan akan membandingkan tentang kualitas yang diharapkannya dengan informasi yang diterima sebelum pembelian. Pelanggan akan melakukan tanggapan berupa complain atau usulan untuk perbaikan melalui lisan (telepon atau kunjungan langsung ke perusahaan) ataupun melalui tulisan (form yang disebar, surat, dsb).

PT.Pos Indonesia merupakan sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa kurir, pengiriman logistic dan transaksi keuangan. Bentuk badan usaha pos Indonesia merupakan perseroan terbatas.

PT.Pos Indonesia bukan hanya menerima jasa pengiriman barang tetapi juga menerima transaksi penjualan perangko dan materai. PT.Pos Indonesia juga menerima jasa pengiriman barang luar daerah maupun luar negeri. Pos Indonesia menerapkan beberapa system atau prosedur pengiriman barang agar dalam pengirimannya dapat tepat sesuai dengan alamat tujuan. Kantor pos juga

membutuhkan peran pemasaran untuk pertumbuhan dan perkembangan perusahaan. Bagian pemasaran harus menentukan kebutuhan dan keinginan konsumen yang menjadi sasarannya yaitu memberikan kepuasan bagi konsumen. Dengan adanya kinerja pelayanan yang lebih baik pada pelanggan maka itu akan berorientasi pada minat pelanggan untuk memanfaatkan jasa pengiriman Pos Indonesia.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis bermaksud untuk membuat penelitian Tugas Akhir dengan judul: “PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN PADA PT.POS INDONESIA (PERSERO) MANADO.

## 1.2 IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas maka masalah yang dapat diidentifikasi adalah bagaimana pengaruh kualitas pelayanan pada PT.Pos Indonesia Manado.

## 1.3 RUMUSAN MASALAH

Bagaimana kualitas pelayanan pada PT.Pos Indonesia (persero) Manado?

## 1.4 TUJUAN DAN MANFAAT

### 1.5.1 Tujuan

Berdasarkan dari latar belakang dan rumusam masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan kualitas pelayanan pada PT.Pos Indonesia.

### 1.5.2 Manfaat

- Dapat di jadikan referensi untuk penulisan laporan yang akan datang
- Bagi jurusan memberikan masukan tentang ilmu pengetahuan dibidang manajemen pemasaran khususnya dalam kualitas pelayanan.
- Bagi penulis sebagai suatu sarana dalam melatih kemampuan ilmiah mahasiswa untuk menambah wawasan dalam bidang pemasaran khususnya tentang pelayanan, kualitas, dan kepuasan.
- Bagi perusahaan hasil pembahasan ini diharapkan dapat merekomendasikan penerapan kualitas pelayanan pada pos Indonesia. menjadi bahan untuk pertimbangan dalam penentuan langkah yang akan ditempuh oleh perusahaan dalam rangka peningkatan kepuasan pelanggan.