

**PENGEMBANGAN JASA PELAYANAN PUBLIK PADA
BADAN USAHA MILIK NEGARA (BUMN)**

**(Studi tentang Pemanfaatan TI Untuk Meningkatkan Kualitas Produk
Pelayanan Publik Pos Peka Waktu pada PT. POS INDONESIA Kota Malang)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Menempuh Gelar Sarjana S-1
Fakultas Ilmu Administrasi Publik
Universitas Brawijaya**

**RIKA WAHYU PRASETYOWATI
NIM. 0210313055-31**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI PUBLIK
KONSENTRASI ADMINISTRASI PEMBANGUNAN
MALANG
2006**

DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, Hafied. 2003. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Effendi, Onong Uchjana. 1986. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Penerbit Alumni.
- Effendi, Onong Uchjana. 1986. *Human Relation dan Public Relations dalam Management*. Bandung: Penerbit Alumni.
- Effendi, Onong Uchjana. 1986. *Komunikasi dan Modernisasi*. Bandung: Penerbit Alumni.
- Koemorotomo dan Margono. 1994. *Sistem Informasi Manajemen dalam Organisasi-organisasi Publik*. Yogyakarta: Gajah Mada University Prss.
- Koentjaraningrat. 1979. *Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Kotler. 2000. *Marketing Management an Asian Perspective. Manajemen Pemasaran. Perpektif Asia. Alih Bahasa: Handoyo Prasetyo, SE dan Drs. Hamin, MBA*. Yogyakarta: Andi.
- Moenir, H.A.S. 1998. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia. Cetakan III. Jakarta : Bumi Aksara*
- Moleong , J. Lexy. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Nijman, H. J dan E. Van Der Wolk. 1983. *Strategi Pemasaran Modern*. Jakarta: Erlangga.
- Payne, Adrian. 2001. *The Essence of Services Marketing. Pemasaran Jasa. Diterjemahkan oleh Fandy Tjiptono*. Yogyakarta: Andi.
- Poerwodarminto, W.J.S. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta : PT. Balai Pustaka.
- Priyatno, Makhdom dan Anwar Sanusi. 2001. *Teknologi Informasi dalam Pemerintahan. Lembaga Administrasi Negara RI*.

Siahaan, S.M. 2000. *Komunikasi-Pemahaman dan Penerapannya*. Jakarta: PT. Bpk. Gunung Mulia.

Susanto, Phil Astrid S. 1986. *Komunikasi dalam Teori dan Praktek 1*. Bandung: Bina Cipta.

Sutanta, Edhy. 2003. *Sistem Informasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Thoha, Miftah. 1983. *Aspek-aspek Pokok Ilmu Administrasi*. Ghalia Indonesia

Tjiptono, Fandy. 1997. *Manajemen Jasa. Edisi Kedua Cetakan II*. Yogyakarta : Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. 1998. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.

Waldon, Dwight. 1979. *Pengantar Studi Public Administration*. Jakarta: Aksara Baru.

Perundang-undangan

Undang-undang RI No.1 Tahun 1995 *tentang* Perseroan Terbatas.

Undang-undang RI No. 19 Tahun 2003 *tentang* BUMN

Peraturan Pemerintah RI No. 12 Tahun 1998 *tentang* Perusahaan Perseroan.

Peraturan Pemerintah RI No. 13 Tahun 1998 *tentang* Perusahaan Umum.

Keputusan Menteri BUMN Nomor KEP-117/ M-MBU/ 2002 *tentang* Penerapan Praktik Good Corporate Governance Pada BUMN.

Undang-undang RI No. 6 Tahun 1984 *tentang* Pos.

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN	i
TANDA PENGESAHAN	ii
MOTTO	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kontribusi Penelitian	11
E. Sistematika Pembahasan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Administrasi Publik	14
1. Pengertian Administrasi Publik	14
2. Unsur-Unsur Administrasi Publik	15
B. Pengembangan	19
C. Jasa	20
1. Pengertian Jasa	20
2. Klasifikasi Jasa	21
3. Karakteristik Jasa	23
D. Pelayanan Publik	25
1. Pengertian Pelayanan Publik	25
2. Kualitas Pelayanan Publik	26
E. Pentingnya Sektor Privat	27
1. Informasi	27
a. Pengertian Informasi	27
b. Syarat Informasi	28
c. Fungsi Informasi	32
2. Komunikasi	34
a. Pengertian Komunikasi	34
b. Unsur Komunikasi	35
c. Macam-macam Komunikasi	39

3. Diversifikasi	41
a. Pengertian Diversifikasi	41
b. Macam Diversifikasi	42
c. Pentingnya Diversifikasi	42
4. Teknologi Informasi (TI)	43
a. Pengertian Teknologi Informasi (TI)	43
b. Peran dan Posisi TI	45
F. BUMN	
1. Pengertian BUMN	46
2. Bentuk BUMN	47
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	52
B. Fokus Penelitian	52
C. Lokasi dan Situs Penelitian	54
D. Sumber Data Penelitian	54
E. Metode Pengumpulan Data	55
F. Instrumen Penelitian	56
G. Analisis Data	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Penyajian Data	59
1. Gambaran Umum Perusahaan	59
a. Sejarah Singkat Perusahaan	59
b. Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan	64
c. Letak Geografis Wilayah Kerja	65
d. Struktur Organisasi dan Deskripsi Jabatan	67
e. Macam Layanan Produk Pos Peka Waktu	78
2. Data Fokus Penelitian	82
a. Upaya Pemanfaatan TI Yang Dilakukan PT. Pos Indonesia Kota Malang	82
1. Adanya Produk Yang Menggunakan TI	82
2. Peningkatan Kemampuan Pegawai	84
b. Upaya Peningkatan Kualitas Produk Jasa Pelayanan Publik	86
1. Memahami Persaingan	86
2. Pengembangan Produk Baru Dalam Jasa Pelayanan Publik	88
3. Perbaikan Produk	91
c. Faktor Pendukung dan Penghambat	92
1. Faktor Pendukung dan Penghambat	

Dalam Pemanfaatan TI..... 92

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Dalam Meningkatkan Kualitas Produk Jasa Pelayanan Publik 101

B. Analisis Data dan Interpretasi Data..... 104

1. Upaya Pemanfaatan Teknologi Informasi Yang Dilakukan PT. Pos Indonesia Kota Malang..... 104

2. Peningkatan Kualitas Produk Jasa Pelayanan Publik..... 107

3. Faktor Pendukung dan Penghambat..... 110

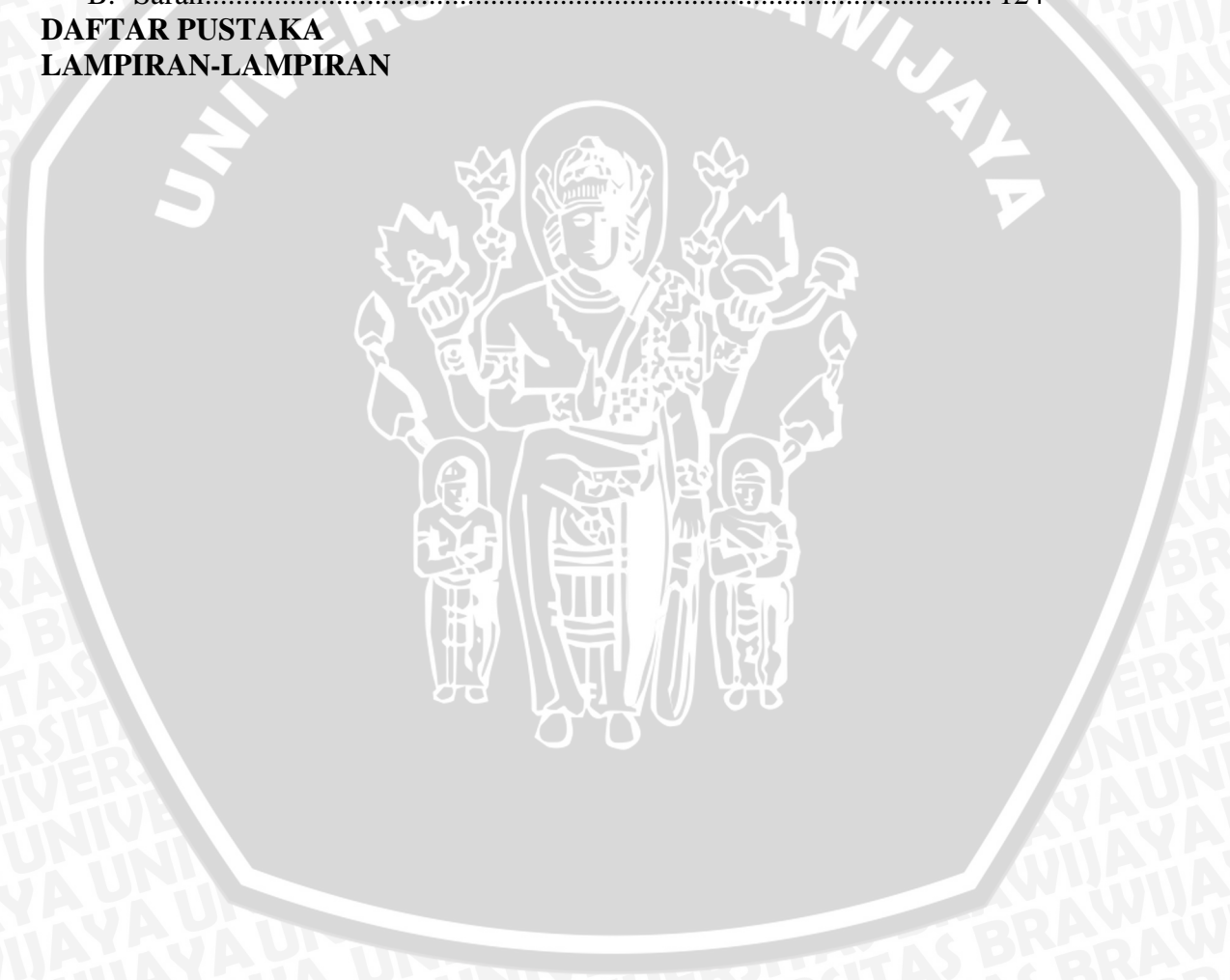
BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 119

B. Saran..... 124

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



PEDOMAN WAWANCARA

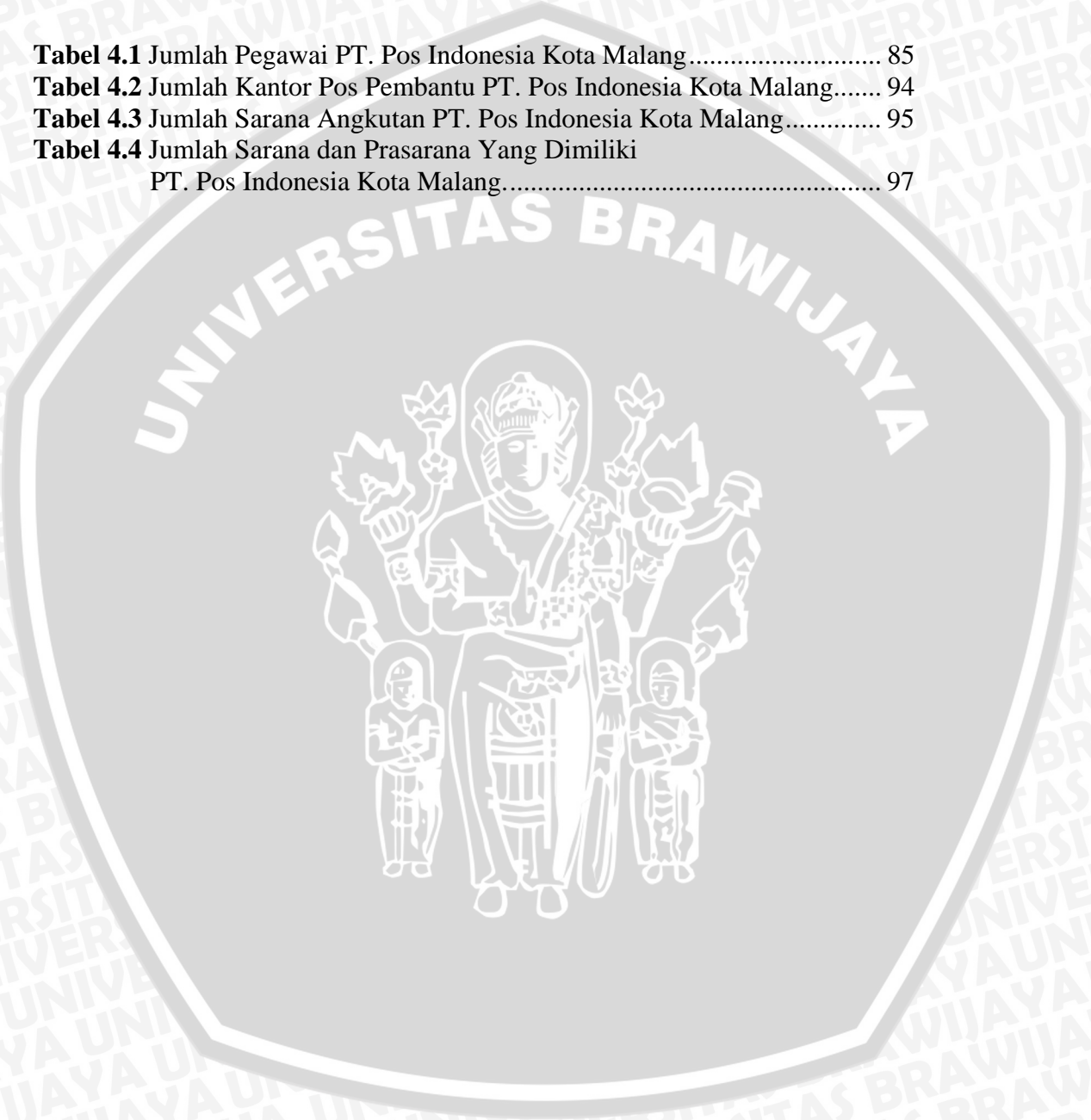
1. Bagaimana Sejarah Singkat PT. Pos Indonesia darisejak didirikan sampai sekarang?
2. Bagaimana Sejarah Singkat PT. Pos Indonesia Kota Malang 65100?
3. Bagaimana Letak Geografis wilayah pada PT. Pos Indonesia Kota Malang 65100?
4. Bagaimana Struktur organisasi PT. Pos Indonesia Kota Malang 65100?
5. Apa tugas dan wewenang masing-masing bagian dalam struktur organisasi PT. Pos Indonesia Kota Malang 65100?
6. Apa visi, misi dan sasaran PT. Pos Indonesia Kota Malang 65100?
7. Apa saja jenis layanan yang yang diberikan PT. Pos Indonesia Kota Malang 65100 Pada Pos Peka Waktu?
8. Apa yang dilakukan oleh PT. Pos Indonesia Kota Malang dalam memanfaatkan Teknologi Informasi (TI)?
9. Apa yang dilakukan PT. Pos Indonesia dalam meningkatkan kualitas produk jasa layanan pada Pos Peka Waktu?
10. Apakah faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi oleh PT. Pos Indonesia Kota Malang dalam memanfaatkan TI?

11. Apakah faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi oleh PT. Pos Indonesia Kota Malang dalam meningkatkan kualitas produk jasa pelayanan publik Pos Peka Waktu?



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jumlah Pegawai PT. Pos Indonesia Kota Malang.....	85
Tabel 4.2 Jumlah Kantor Pos Pembantu PT. Pos Indonesia Kota Malang.....	94
Tabel 4.3 Jumlah Sarana Angkutan PT. Pos Indonesia Kota Malang.....	95
Tabel 4.4 Jumlah Sarana dan Prasarana Yang Dimiliki PT. Pos Indonesia Kota Malang.....	97



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Struktur Organisasi..... 69



ABSTRAKSI

PENGEMBANGAN JASA PELAYANAN PUBLIK PADA BADAN USAHA MILIK NEGARA (BUMN) (Studi tentang pemanfaatan TI untuk meningkatkan kualitas produk pelayanan publik Pos Peka Waktu pada PT. Pos Indonesia Kota Malang)

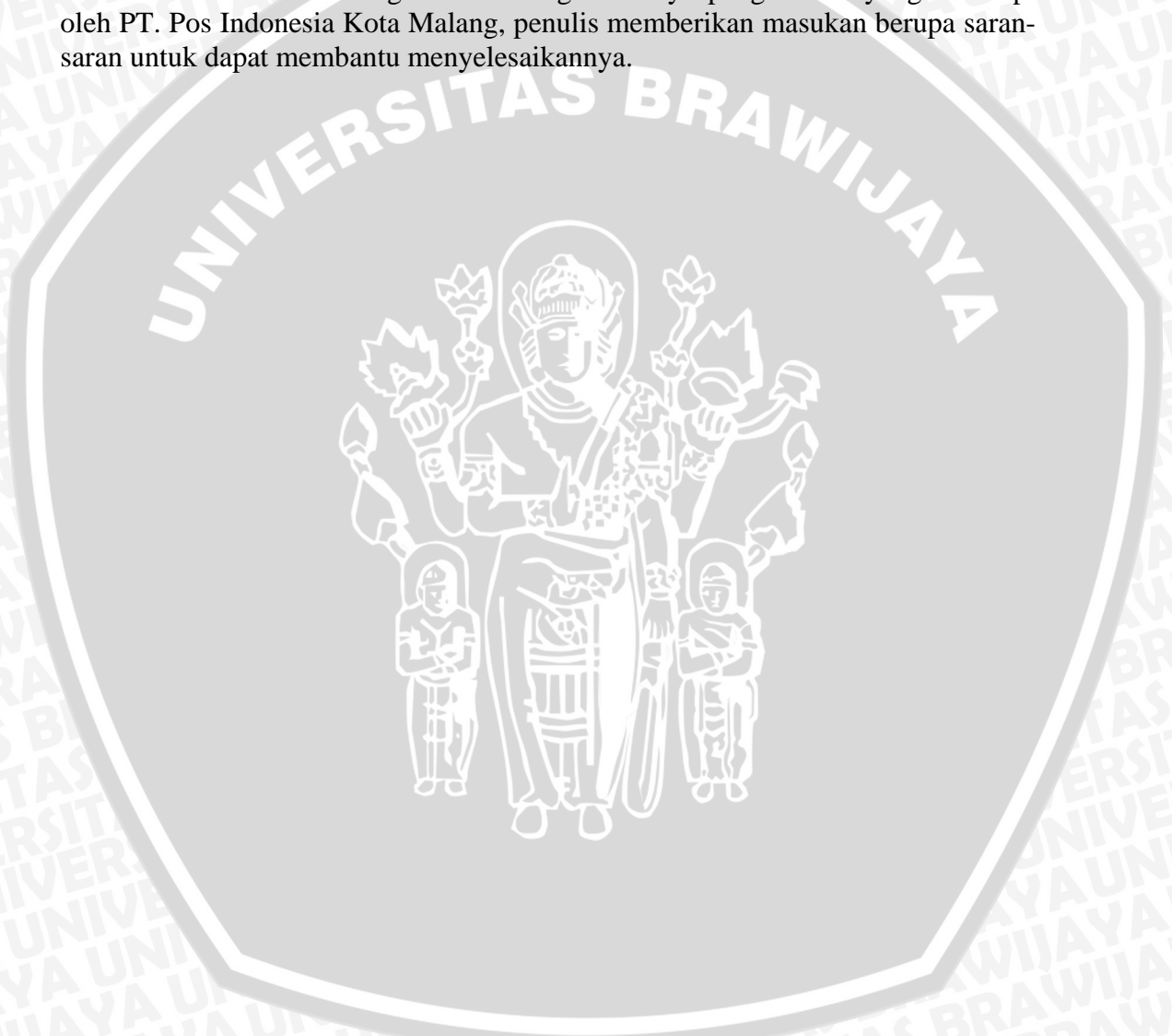
Rika Wahyu Prasetyowati, 2006, 0210313055-31

Penelitian ini didasari oleh latar belakang pentingnya pengembangan jasa bagi setiap perusahaan jasa baik swasta maupun BUMN. Pengembangan jasa merupakan kunci keberhasilan bagi setiap perusahaan jasa. Pengembangan dilakukan untuk menunjang proses administrasi pembangunan dimana administrasi pembangunan merupakan suatu proses pembangunan sebagai suatu proses perubahan sosial menyeluruh. Dalam administrasi pembangunan terdapat ruang lingkup untuk mencapai tujuan administrasi pembangunan yaitu *The Development Of Administration* atau penyusunan kebijaksanaan dimana dalam penyempurnaannya diperlukan adanya pegawai, tata kerja dan pengurusan sarana administrasi lainnya. Ruang lingkup yang kedua yaitu *Administration Of Development* yang merupakan pelaksanaan kebijaksanaan pembangunan yang efektif dan efisien. Administrasi pembangunan perlu memberikan sarana administrasi yang memungkinkan pertumbuhan teknologi, karena teknologi juga berkaitan erat dengan pembangunan agar pembangunan memiliki kualitas yang baik. PT. Pos Indonesia (persero) sebagai salah satu BUMN perlu melakukan pengembangan jasa yang efisien dan efektif kepada masyarakat sebagai pengguna jasa pos, sehingga kepuasan masyarakat dapat dicapai secara optimal. Adanya era globalisasi yang berdampak pada semakin ketatnya persaingan dengan perusahaan jasa yang sejenis dengan pos dan juga adanya misi ganda yang dimiliki PT. Pos Indonesia (persero) mengakibatkan perusahaan ini terus mengadakan pembenahan dan peningkatan pelayanan dengan memperhatikan permintaan dan kebutuhan masyarakat. Hal ini diwujudkan dengan dilakukannya pengembangan jasa pelayanan publik yang mengarah pada efisiensi dan efektifitas layanan. Pengembangan pelayanan yang mengarah pada perbaikan layanan dilakukan pada jenis layanan pos peka waktu. Pengembangan pelayanan dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan sebagai upaya perusahaan bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya. Tapi tidak dapat dipungkiri bahwa dalam pengembangan pelayanan pada masyarakat PT. Pos Indonesia Kota Malang masih mengalami berbagai kendala.

Secara teoritis, penulisan skripsi ini diperkuat dengan teori dan kajian tentang administrasi publik, pengembangan, pelayanan publik, sektor privat, jasa dan BUMN. Dalam pembahasannya, penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sementara fokus penelitiannya mengenai pemanfaatan TI dalam pengembangan jasa pelayanan publik, peningkatan kualitas produk dalam pengembangan jasa serta pendukung dan penghambat dalam pengembangan jasa pelayanan publik. Lokasi penelitian di Kantor Pos Malang

65100. Dalam penelitian ini peneliti menggali data melalui teknik wawancara dan dokumentasi. Instrumen penelitian yang digunakan berupa interview guide dan alat tulis menulis.

Dari hasil penelitian diperoleh data mengenai pemanfaatan TI yang dilakukan PT. Pos Indonesia Kota Malang 65100 dalam pengembangan jasa layanan, peningkatan kualitas produk dan pelayanan pada masyarakat, khususnya yang berkaitan dengan layanan jasa pos peka waktu di PT. Pos Indonesia Kota Malang 65100, serta faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi oleh PT. Pos Indonesia Kota Malang 65100. Dengan adanya penghambat yang dihadapi oleh PT. Pos Indonesia Kota Malang, penulis memberikan masukan berupa saran-saran untuk dapat membantu menyelesaikannya.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur di panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala Rakhmad, Kesehatan, Kekuatan, Hidayah dan Barokahnya yang selalu dilimpahkan, sehingga dapat menulis skripsi ini dengan judul ***“Pengembangan Jasa Pelayanan Publik Pada Badan Usaha Milik Negara (Studi Tentang Pemanfaatan TI Untuk Meningkatkan Kualitas Produk Pelayanan Publik Pada PT. Pos Indonesia Kota Malang 65100)”***.

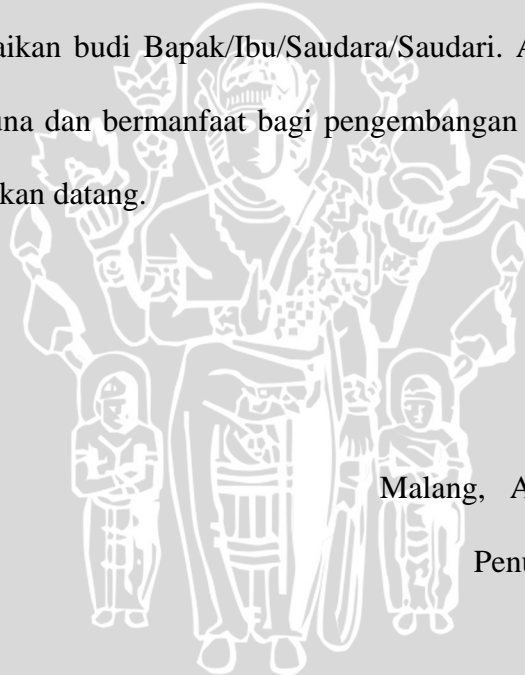
Dalam penyelesaian penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan, dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya Kepada :

1. Bapak DR. Suhadak Mec selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya Malang.
2. Bapak Drs.Bambang Supriyono, MS selaku Dosen Pembimbing I.
3. Ibu Dra. Siti Rochmah, Msi selaku Dosen Pembimbing II.
4. Bapak Drs. Sukanto, MS selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Publik.
5. Ibu Dra. Rosadah Agustin Syarief, selaku Kasubag Akademik.
6. Bapak Ibu Dosen Fakultas Ilmu Administrasi yang telah mengajarkan ilmu selama penulis menuntut ilmu di FIA Unibraw.
7. Pimpinan dan staf PT. Pos Indonesia (persero) Kantor Pos Malang 65100.
8. Bapak Djunaedi selaku Manager Pos Peka Waktu PT. Pos Indonesia Kota Malang 65100.



9. Bapak Sumarsono selaku Staf WP PT. Pos Indonesia Kota Malang 65100.
10. Bapak Kusmono selaku Manager Sarana dan Prasarana PT. Pos Indonesia Kota Malang 65100.
11. Bapak, Ibu dan Saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan doa-doanya sehingga penulis bisa menyelesaikan studi di perguruan tinggi.

Akhirnya penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas semua bimbingan, dorongan dan bantuan yang telah diberikan. Semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan, kekuatan serta rizeki yang melimpah, dan kebarokahan atas kebaikan budi Bapak/Ibu/Saudara/Saudari. Akhir kata semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pengembangan Ilmu Administrasi Negara di masa yang akan datang.



Malang, Agustus 2006

Penulis,

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Administrasi pembangunan merupakan perkembangan dari administrasi negara. Salah satu fungsi dasar dari administrasi negara adalah pengaturan atau pengendalian unsur administrasi yang meliputi organisasi, keuangan, kepegawaian dan sarana lainnya. Sedangkan tugas administrasi ialah mendapatkan, menggunakan, mengendalikan unsur-unsur administrasi. Sedangkan unsur administrasi meliputi pimpinan, koordinasi, pengawasan, dan komunikasi. Menurut The Liang Gie administrasi yaitu "Segenap proses penyelenggaraan dalam setiap usaha kerjasama sekelompok manusia untuk mencapai tujuan tertentu". Dalam perkembangannya ilmu administrasi negara lebih berorientasi untuk mendukung usaha-usaha pembangunan negara yang belum maju yang berarti perhatian terhadap usaha perencanaan dan pelaksanaan pembangunan. Administrasi pembangunan memiliki ciri yang lebih maju daripada administrasi negara, adapun ciri utama yang membedakan antara administrasi negara dengan administrasi pembangunan adalah *Pertama*, Administrasi pembangunan berorientasi kepada usaha-usaha ke arah perubahan keadaan yang dianggap lebih baik. Bahkan administrasi pembangunan dimaksudkan untuk membantu dan mendorong ke arah perubahan besar diberbagai

kegiatan yang didalamnya terdapat proses pembangunan. *Kedua*, Administrasi pembangunan adalah perbaikan dan penyempurnaan administrasi yang dikaitkan dengan aspek perkembangan di bidang lain seperti ekonomi, sosial, politik, dan lain-lain.

Administrasi pembangunan merupakan suatu proses pembangunan sebagai suatu proses perubahan sosial yang menyeluruh. Administrasi memberikan jasa (pelayanan) untuk pembangunan dan juga menjadi hasil dari pembangunan. Pada dasarnya administrasi pembangunan diartikan sebagai proses pengendalian usaha oleh negara untuk merealisasikan pertumbuhan yang direncanakan kearah suatu keadaan yang dianggap lebih baik dan kemajuan didalam berbagai aspek kehidupan bangsa. Pada umumnya tujuan administrasi pembangunan adalah pembinaan bangsa dan perkembangan sosial, ekonomi.

Adapun ruang lingkup administrasi pembangunan yaitu *Pertama*, penyusunan kebijaksanaan administrasi negara. Dalam hal ini penyempurnaan organisasi pembinaan lembaga yang diperlukan kepegawaian, tata kerja dan pengurusan sarana-sarana administrasi lain yang disebut dengan *The Development Of Administration*. *Kedua*, Kebijakan pembangunan dan pelaksanaannya secara efektif yang disebut dengan *Administration Of Development*. Kebijakan pembangunan dirumuskan dalam suatu rencana pembangunan, sedangkan pelaksanaan dari kebijaksanaan tersebut diperlukan instrumen-instrumen yang baik.

Penyempurnaan administrasi negara dalam pelaksanaan kebijaksanaan-kebijaksanaan yang perlu mendapat perhatian yaitu masalah kepemimpinan, koordinasi, pengawasan dan fungsi administrator. Selain itu pengendalian atau pengurusan yang baik dari fungsi administrasi seperti kepegawaian, pembiayaan pembangunan dan lain-lain, sebagai sarana pencapaian tujuan kebijaksanaan dan program-program pembangunan.

Keadaan ekonomi yang meningkat diharapkan akan dapat memberikan kesempatan yang lebih baik untuk mencapai tujuan pembangunan karena aspek ekonomi memiliki hubungan yang erat dengan administrasi pembangunan dalam rangka proses pembangunan. Dalam hal ini administrasi pembangunan memiliki peranan yang besar dalam pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi yang sehat akan memberikan pengaruhnya yang baik terhadap keadaan, pembinaan serta kemampuan administrasi pembangunan. Aspek ekonomi yang perlu diperhatikan juga dalam proses pembangunan adalah adanya stabilitas ekonomi yang dinamis sehingga administrasi memberikan peranan yang penting bagi pembangunan karena dengan adanya administrasi memungkinkan terciptanya dan terjaganya kondisi ekonomi yang stabil untuk mendukung proses pembangunan. Pemerintah sebagai penggerak pembangunan dapat campur tangan secara langsung ataupun tidak dalam berbagai kegiatan ekonomi. Disini jelas bahwa tugas pemerintah adalah mengurus, membina dan memiliki secara langsung berbagai usaha kegiatan ekonomi. Dalam

hal ini pemerintah menjadi pelopor dari kegiatan-kegiatan ekonomi dalam masyarakat salah satunya adalah pada perusahaan-perusahaan milik negara (BUMN).

Administrasi pembangunan juga mempunyai kaitan yang erat dengan pengembangan teknologi. Administrasi pembangunan perlu memberikan sarana administrasi yang memungkinkan pertumbuhan teknologi. Dalam proses pembangunan perlu adanya teknologi untuk menunjang tercapainya suatu pembangunan yang baik. Karena teknologi dalam administrasi pembangunan merupakan sumber yang penting dalam proses perumusan kebijaksanaan dan pelaksanaan pembangunan. Teknologi juga dapat mempengaruhi kualitas administrasi negara karena dengan berbagai teknik-teknik dan pendekatan manajemen yang maju dapat digunakan dalam pelaksanaan administrasi negara. Bahkan peralatan-peralatan baru dapat meningkatkan efektifitas dan efisiensi administrasi negara. Administrasi pembangunan juga menghendaki peranan kepegawaian sebagai penunjang bagi pembangunan. Karena pegawai yang menjadi pelaksana-pelaksana kegiatan usaha pemerintahan merupakan faktor utama bagi terlaksananya proses kegiatan usaha pemerintahan. Dalam pelaksanaan tugas pemerintah kualitas pegawai masih menjadi masalah, terkadang masalah itu disebabkan oleh gaji yang terlalu rendah sehingga mengakibatkan rendahnya produktivitas kerja dan kurangnya inisiatif dari para pegawai untuk menyelesaikan

tugasnya. Selain itu pengadaan pegawai (*rekrutmen*) juga menjadi masalah. Karena dalam hal ini pemerintah harus bersaing dengan swasta, dimana pemerintah dan swasta sama-sama membutuhkan para pegawai yang memiliki kualitas tinggi. Oleh karena itu pendidikan kepegawaian juga memberikan pengaruh terhadap kualitas dari para pegawai. Dengan adanya pendidikan diharapkan pegawai dapat melakukan suatu pembaharuan dimana pegawai dapat menggunakan teknologi yang lebih maju guna meningkatkan pelayanan kepada masyarakat. Pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah khususnya bidang ekonomi, menyebabkan iklim investasi di Indonesia membaik. Keadaan tersebut merupakan salah satu alasan mengapa banyak perusahaan-perusahaan baru yang muncul. Pada dasarnya didirikan dengan maksud untuk memperoleh laba sebanyak-banyaknya dengan cara memanfaatkan sumber daya yang dimiliki secara maksimal.

Dalam pencapaian tujuan organisasi, terjadi proses komunikasi yang memungkinkan anggota organisasi bertukar informasi dengan menggunakan bahasa dan simbol-simbol yang biasa digunakan. Proses komunikasi yang terjalin akan membawa hasil yang sangat baik bagi organisasi karena komunikasi mempunyai dua fungsi penting dalam organisasi yaitu, *Pertama* komunikasi memungkinkan pertukaran informasi, *Kedua* komunikasi membantu menghubungkan sekelompok anggota dalam organisasi yang terpisah dari anggota lain.

Penerapan komunikasi dalam organisasi menjadi bagian penting yang diperhatikan karena komunikasi merupakan alat bagi manajemen untuk menjalankan organisasi. Dengan hasil kerja yang dicapai karyawan, menunjukkan bahwa dengan komunikasi yang baik maka segala informasi dan petunjuk untuk menyelesaikan pekerjaan akan dapat dipahami karyawan dengan baik pula.

Proses komunikasi dalam organisasi yang baik dilakukan dengan komunikasi dua arah yaitu adanya komunikasi timbal balik antara atasan dan bawahan. Jadi dengan adanya komunikasi timbal balik antara atasan dan bawahan akan dapat dijadikan sebagai suatu alat untuk meningkatkan prestasi kerja, karena dengan komunikasi akan menciptakan suatu kesamaan makna antara kedua belah pihak yang terlibat komunikasi.

PT. POS INDONESIA kota Malang sebagai salah satu BUMN yang bergerak dibidang jasa khususnya jasa antaran surat dan barang selain memiliki misi sosial pelayanan publik juga berorientasi untuk mencari keuntungan. Melihat sifat usaha dari PT POS INDONESIA kota Malang yaitu public service dan sekaligus sebagai perusahaan yang berorientasi profit, PT. POS INDONESIA kota Malang dituntut mampu bersaing di pasar. Perkembangan Teknologi informasi yang semakin tajam dan terbuka menuntut PT. POS INDONESIA kota Malang untuk bersaing meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam layanan jasa serta produk yang diberikannya. Tanpa dibekali oleh kemampuan dan keunggulan daya saing

yang tinggi, produk-produk dari PT. POS INDONESIA kota Malang tidak akan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat. Kecenderungan pelanggan untuk berpindah atau menggunakan produk atau jasa dari perusahaan lainnya akan semakin besar jika ia tidak mendapat pelayanan yang sesuai dengan keinginannya.

Keinginan konsumen semakin beragam dan selalu berubah dari waktu ke waktu. Jasa pelayanan Pos Peka Waktu yang ditawarkan oleh PT. POS INDONESIA kota Malang seperti pengiriman surat kilat khusus dirasa belum mampu menjawab kebutuhan dan keinginan konsumen. Harapan barang ataupun surat yang mereka kirim dapat diterima oleh sipenerima lebih cepat., sementara surat pos kilat khusus yang memiliki jangkauan seluruh kota dalam negeri memiliki waktu tempuh 2-3 hari. Untuk dapat bertahan dari persaingan yang semakin ketat, PT. POS INDONESIA kota Malang tidak lagi mengandalkan satu macam produk dan jasa dalam mempertahankan konsumen melainkan menggunakan strategi pengembangan produk dan jasa layanan. Salah satu bentuk pengembangan yang dilakukan oleh PT. POS INDONESIA kota Malang dalam jasa antaran surat yaitu dengan mengeluarkan produk baru yaitu pos ekspres dimana dengan produk ini konsumen dapat menerima kiriman surat atau barang antara dalam waktu 1 hari setelah surat atau barang itu dikirim. Dengan demikian PT. POS INDONESIA kota Malang dapat selangkah lebih maju dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang menuntut menerima surat atau barang lebih cepat daripada waktu pengiriman melalui pos Kilat

Khusus. Sehingga pengembangan disini menjadi penting bagi PT. POS INDONESIA kota Malang karena PT. POS INDONESIA kota Malang selain untuk memenuhi kebutuhan konsumen, PT. POS INDONESIA kota Malang juga dapat memasarkan produk yang baru dihasilkan pada pasar yang juga baru. Ini merupakan kesempatan yang bagus bila PT. POS INDONESIA kota Malang dapat mengelolanya dengan baik.

Produk-produk yang dihasilkan melalui pengembangan diharapkan dapat memberikan keuntungan yang lebih besar, bukan menjadi bumerang yang akan berbalik memukul dan membuat perusahaan mengalami kerugian yang tidak sedikit. Oleh karena itu, PT. POS INDONESIA kota Malang harus benar-benar mempertimbangkan keputusan untuk melaksanakan pengembangan.

Bentuk pengembangan yang dapat dilakukan oleh PT. POS INDONESIA kota Malang selain dengan mengeluarkan produk dan jasa baru juga dapat berupa perbaikan produk untuk lebih memenuhi kebutuhan konsumen. Tanpa adanya pengembangan, PT. POS INDONESIA kota Malang jelas kalah bersaing dengan perusahaan sejenis.

Selain itu, untuk mendukung keberhasilan pengembangan diperlukan adanya teknologi. Teknologi sebagai alat memang terbukti membantu manusia untuk menyelesaikan pekerjaan dengan baik. Salah satunya yang telah dilakukan oleh PT. POS INDONESIA kota Malang adalah dengan menggunakan teknologi atau alat

bantu seperti komputer untuk penyediaan data, pengolahan data, informasi, dan lain sebagainya.

Pusat perkembangan teknologi saat ini adalah teknologi informasi (TI). Teknologi informasi adalah suatu teknologi yang berhubungan dengan pengolahan data menjadi informasi dan proses penyaluran data atau informasi dalam batas-batas ruang dan waktu. Teknologi ini merupakan pengembangan dari teknologi komputer yang dipadukan dengan teknologi telekomunikasi.

Maka jelas bahwa teknologi yang paling cocok untuk diterapkan pada PT. POS INDONESIA kota Malang yang juga dapat digunakan untuk memasarkan produk baru adalah dengan menggunakan teknologi informasi (TI) karena kehandalan dari teknologi informasi dalam suatu perusahaan atau organisasi terletak pada komponen-komponen yang ada, sehingga dapat dihasilkan dan dialirkan suatu informasi yang akurat, terpercaya, detil dan lain-lain. Sehingga produk atau jasa baru yang akan dipasarkan akan dipercaya dan jelas. Seperti teknologi informasi (TI) yang selama ini telah digunakan oleh PT. POS INDONESIA kota Malang melalui teknologi informasi internet, dimana jangkauan memperkenalkan suatu produk ataupun jasa baru sangat luas dan ini menguntungkan bagi PT. POS INDONESIA terutama pada bagian Pos Peka Waktu.

Mengingat begitu pentingnya adanya pengembangan yang dilakukan PT. POS INDONESIA kota Malang untuk menghadapi persaingan, penulis memutuskan

untuk meneliti topik tersebut yang dikemas dalam judul penelitian **“Pengembangan Jasa Pelayanan Publik Pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN).”**

B. RUMUSAN MASALAH

Untuk lebih memperjelas permasalahan yang dihadapi oleh PT. POS INDONESIA kota Malang, maka penting kiranya untuk merumuskan masalahnya Bsebagai berikut :

1. Bagaimana upaya PT. POS INDONESIA kota Malang memanfaatkan teknologi informasi (TI) dalam pengembangan jasa pelayanan publik ?
2. Bagaimana upaya PT. POS INDONESIA kota Malang meningkatkan kualitas produk dalam pengembangan jasa pelayanan publik?
3. Faktor pendukung serta kendala-kendala apa saja yang dihadapi oleh PT. POS INDONESIA kota Malang dalam pemanfaatan teknologi informasi (TI) dan peningkatan kualitas produk dalam pengembangan jasa pelayanan publik?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan pada rumusan masalah tersebut diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis upaya yang dilakukan PT. POS INDONESIA kota Malang memanfaatkan Teknologi Informasi (TI) dalam pengembangan jasa pelayanan publik.
2. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis upaya yang dilakukan PT. POS INDONESIA kota Malang meningkatkan kualitas produk dalam pengembangan jasa pelayanan publik.
3. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis faktor pendukung serta kendala-kendala yang dihadapi PT. POS INDONESIA kota Malang dalam pemanfaatan teknologi (TI) serta peningkatan kualitas produk dalam jasa pelayanan publik.

D. KONTRIBUSI PENELITIAN

Dengan melihat segala aspek yang ada, maka penelitian ini memiliki kegunaan yaitu:

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan bermanfaat di dalam menunjang Ilmu Pengetahuan Sosial pada umumnya dan Ilmu Administrasi Publik pada khususnya.

2. Kegunaan Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran kepada instansi terkait dalam menghadapi perkembangan teknologi informasi, terutama pada Pos Peka Waktu.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan informasi pembanding bagi penelitian-penelitian yang telah lalu dan sebagai bahan referensi serta bahan masukan bagi penelitian yang akan dilakukan di masa yang akan datang dalam judul atau topik yang sama.

E. SISTEM PEMBAHASAN

Sistematika Pembahasan yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

Bab ini menguraikan mengenai alasan pemilihan judul, perumusan masalah, tujuan dan kontribusi penelitian, serta sistematika pembahasan.

BAB II : Tinjauan Pustaka

Dalam bab ini dikemukakan tentang studi kepustakaan guna memperoleh gambaran teoritis terhadap permasalahan yang sedang dikaji.

BAB III : Metode Penelitian

Metode penelitian mengemukakan mengenai metode yang digunakan dalam penelitian ini yang meliputi jenis penelitian, focus penelitian, lokasi dan situs penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian dan analisis data yang digunakan.

BAB IV : Pembahasan

Hasil dan pembahasan yaitu berisi penyajian data berupa gambaran umum PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Malang, data focus penelitian serta analisa dan interpretasi data tersebut.

BAB V : Penutup

Penutup yaitu berisi kesimpulan dari hasil pembahasan dan saran yang diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan masukan bagi instansi yang terkait dalam hal ini Kantor Pos Malang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Administrasi Publik

1. Pengertian Administrasi Publik

Masyarakat Indonesia telah lama mengenal istilah administrasi. Masyarakat Indonesia mengenal istilah tersebut karena banyak anggota masyarakat yang melakukan hubungan kerja dengan kantor pemerintah. Namun demikian istilah administrasi saat ini tidak hanya digunakan pada kantor pemerintah, tetapi juga digunakan pada kantor non-pemerintah karena administrasi merupakan hal yang penting untuk mencapai suatu tujuan organisasi yang telah ditentukan sebelumnya. Adapun pengertian administrasi menurut beberapa ahli yakni Sondang Siagian yang dikutip oleh Miftah Thoha (1983:12) “Merupakan keseluruhan proses kerjasama antara dua orang manusia atau lebih yang didasarkan rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya”. Sedangkan menurut pendapat lain The Liang Gie yang dikutip oleh Miftah Thoha (1983:12) mengungkapkan “Bahwa administrasi adalah segenap proses penyelenggaraan dalam setiap usaha kerjasama sekelompok manusia untuk mencapai tujuan tertentu.”

Dari beberapa pengertian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa masing-masing definisi tersebut memiliki beberapa kesamaan. Adapun persamaan-persamaan itu antara lain :

1. Administrasi merupakan suatu proses kerjasama.
2. Proses kerjasama tersebut dilakukan oleh sekelompok orang secara rasional.
3. Kerjasama tersebut dilaksanakan dalam rangka mencapai tujuan tertentu.

Ketiga persamaan itu merupakan syarat atau faktor penyebab terjadinya administrasi. Tanpa adanya salah satu dari faktor itu maka tidak akan ada administrasi.

Sedangkan administrasi publik menurut Dwight Waldon (1979:18) memiliki dua pengertian “ Bahwa Public Administration adalah organisasi dan menegement dari manusia dan benda guna mencapai tujuan-tujuan pemerintah dan Public Administration adalah suatu seni ilmu tentang management yang dipergunakan untuk mengatur urusan-urusan negara.

2. Unsur-Unsur Administrasi

Agar mudah memahami mengenai istilah administrasi untuk nantinya dapat dilaksanakan secara efektif, sehingga tujuan dari administrasi itu dapat tercapai, terdapat sejumlah komponen atau unsur-unsur yang tercakup dalam proses

administrasi, yang merupakan syarat adanya administrasi. Menurut Miftah Thoha (1983:25-31) unsur-unsur tersebut akan dijabarkan sebagai berikut :

1. Organisasi

Organisasi sebagai salah satu unsur administrasi yang menunjukkan adanya suatu proses penataan, pengaturan, penyusunan, pembagian kerja dari usaha kerjasama atau lebih dikenal dengan istilah pengorganisasian (organizing)

2. Management

Management disini memiliki arti sebagai aktivitas menggerakkan segenap orang yang bekerjasama untuk mencapai tujuan tertentu. Fasilitas yang dimaksud adalah alat-alat, benda-benda, ruang tempat kerja, waktu, metode kerja dan uang yang kesemuanya dapat mempermudah pelaksanaan kerjasama untuk mencapai tujuan tertentu tersebut.

3. Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu proses tentang penyampaian berita dari sumber berita ke suatu tujuan tertentu. Namun, pengertian komunikasi dalam administrasi adalah suatu proses penyamaan berita dari sumber berita ke penerima berita yang terjadi dalam suatu organisasi tertentu (suatu komunikasi yang terjadi dalam proses kerjasama sekelompok orang untuk mencapai tujuan tertentu) dan dalam rangka mencapai tujuan organisasi tersebut.

4.Kepegawaian

Kepegawaian merupakan suatu kegiatan yang mengurus tenaga kerja manusia. Dimana kegiatannya meliputi penerimaan, penempatan, pembimbingan, peningkatan sampai dengan pemberhentian (pensiun ataupun tidak pensiun).

5.Keuangan

Dalam setiap usaha kerjasama sekelompok orang, uang merupakan unsur yang dapat membantu tercapainya sesuatu tujuan. Tanpa uang hampir dikatakan tidak dapat tercapainya sesuatu tujuan. Oleh sebab itu, pengelolaannya merupakan hal yang amat penting diketahui. Penataan, pengaturan atau pengelolaan uang mulai dari saat menentukan darimana sumber biaya (uang) di dapat dan cara mempertanggung jawabkan secara sah dan efisien dapat dinamakan administrasi keuangan.

6.Perbekalan

Perbekalan merupakan kegiatan yang mengurus tentang barang-barang perbekalan yang dapat membantu terlaksananya sesuatu kegiatan dari sekelompok orang untuk mencapai tujuan tertentu. Biasanya perbekalan disebut juga dengan istilah materiil, perlengkapan, logistik, peralatan, dan lain-lain. Sedangkan administrasi perbekalan adalah bagaimana menyediakan barang-barang yang dibutuhkan supaya pemakaiannya atau kebutuhan untuk memakainya dapat dipenuhi dengan baik, tidak mengalami stagnasi atau kemacetan. Bagaimana pula penggunaan

barang-barang tersebut secara sah dan efisien dan bagaimana pertanggung jawaban pemakaiannya termasuk penyingkiran barang-barang yang sudah tidak dapat dimanfaatkan lagi.

7. Tata Usaha

Tata usaha dalam administrasi ialah kegiatan yang bersasaran bahan-bahan keterangan yang diperlukan oleh organisasi. Adapun yang dimaksud dengan keterangan itu ialah pengetahuan tentang sesuatu hal atau peristiwa yang diperoleh terutama melalui pembacaan atau pengamatan.

8. Perwakilan atau Hubungan Masyarakat

Unsur ini merupakan suatu aktivitas yang berusaha untuk menjaga hubungan baik atau jalinan baik antara organisasi yang satu dengan organisasi yang lain. Kegiatan yang pokok didalam humas ialah bagaimana caranya menjaga atau menjalin hubungan yang baik antara suatu organisasi dengan organisasi lainnya.

Salah satu unsur dari administrasi adalah komunikasi. Komunikasi dalam administrasi memiliki kaitan yang erat dengan Teknologi Informasi (TI). Komunikasi sebagai alat untuk menyampaikan informasi kepada orang lain dibutuhkan kecapatan dan ketepatan dalam penyampaian. Agar informasi yang disampaikan dapat tepat dan cepat sampai pada penerima, maka diperlukan adanya suatu teknologi yang dapat membantu proses penyampaian informasi tersebut.

Dalam hal ini Teknologi Informasi mengambil peranan penting dalam proses komunikasi sesuai dengan pengertian TI yaitu sebagai suatu teknologi untuk memproses dan menyimpan informasi dalam rangka menyampaikan informasi atau pesan. TI dalam sebuah organisasi tidak harus berbasis pada komputer, tetapi TI juga dapat menggunakan alat komunikasi yang lainnya asalkan pesan dan informasi dapat mudah dicapai. Pada organisasi TI juga merupakan suatu alat yang secara efektif digunakan untuk mengkomunikasikan produk dan jasa yang ditawarkan kepada masyarakat pengguna. Disini jelas bahwa dalam pemanfaatan TI sangat terkait erat dengan komunikasi.

B. Pengembangan

Dalam kehidupannya, manusia dianugerahi berbagai potensi oleh Tuhan Yang Maha Esa untuk menjalani hidupnya dan untuk menghadapi segala tantangan yang ada. Potensi yang dimiliki itu bisa berupa tenaga, sikap, kemampuan, ide-ide atau gagasan hasil olah pemikirannya. Dengan segala potensi yang dimilikinya, manusia bisa mengatur kehidupannya dengan baik. Oleh karena itu, potensi tersebut harus senantiasa digali dan dikembangkan secara terus menerus demi mengarahkan potensi tersebut kearah yang positif. Jadi, pengembangan ke arah yang benar merupakan suatu hal yang amat penting dalam kehidupan manusia.

Adapun definisi tentang pengembangan secara mendasar dikemukakan oleh Poerwodarminto (1984:474) sebagai “Usaha menjadikan sesuatu menjadi lebih luas”. Sedangkan pengembangan menurut Moekijat (1991:8), pengembangan adalah “Setiap usaha untuk memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang, dengan memberikan informasi, mempengaruhi sikap atau menambah kecakapan. Dengan kata lain pengembangan adalah setiap kegiatan yang dimaksudkan untuk mengubah perilaku, yaitu perilaku yang terdiri dari pengetahuan, kecakapan dan sikap.”

C. JASA

1. Pengertian Jasa

Pengertian jasa menurut Kotler (2000:486) adalah “Setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.”

Sedangkan pengertian jasa menurut Payne (2001 :8) adalah : “Jasa merupakan suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketak berwujudan (*intangibility*) yang berhubungan dengannya, yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau dengan property dalam kepemilikannya dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan.”

2. Klasifikasi Jasa

Beberapa ahli mengklasifikasikan jasa dengan menggunakan perbedaan yang disesuaikan dengan sudut pandang masing-masing. Pemberian klasifikasi jasa dapat dibedakan berdasarkan tujuh kriteria yaitu : (Lovelock, 1987 dalam Tjiptono, 2000 :8)

1. Segmen Pasar

Berdasarkan segmen pasar, jasa dapat dibedakan menjadi jasa kepada konsumen akhir (misalnya taksi, asuransi jiwa dan pendidikan) dan jasa kepada konsumen organisasional (misalnya jasa akuntansi dan perpajakan, jasa konsultasi manajemen dan jasa konsultasi hukum).

2. Tingkat Keberwujudan (*Tangibility*)

Kriteria ini berhubungan dengan tingkat keterlibatan produk fisik dengan konsumen. Berdasarkan kriteria ini, jasa dapat dibedakan menjadi tiga macam, yaitu:

a. *Rented goods service*

Dalam jenis ini konsumen menyewa dan menggunakan produk-produk tertentu berdasarkan tarif tertentu selama jangka waktu tertentu pula.

Konsumen hanya dapat menggunakan produk tersebut, karena kepemilikannya tetap berada pada pihak perusahaan yang menyewakan.

Contohnya penyewaan mobil, kaset video, villa dan apartemen.

b. *Owned goods services*

Pada owned good services, produk-produk yang dimiliki konsumen direparasi, dikembangkan atau ditingkatkan unjuk kerjanya atau dipelihara oleh perusahaan jasa. Contohnya jasa reparasi (arloji, mobil, dll), pencuci mobil, dan lain-lain.

c. *Non-goods service*

Karakteristik khusus pada jenis ini adalah jasa personal bersifat intangible (tidak berbentuk produk fisik) ditawarkan pada para pelanggan. Contohnya sopir, dosen, dan lain-lain.

3. Keterampilan Penyedia Jasa

Berdasarkan tingkat keterampilan penyedia jasa, jasa terdiri atas professional service (misalnya konsultan hukum, dokter, perawat, dan lain-lain) dan non professional service (misalnya sopir taksi dan penjaga malam).

4. Tujuan Organisasi Jasa

Berdasarkan tujuan organisasi, jasa dapat dibagi menjadi commercial service atau profit service (misalnya bank dan jasa parcel) dan non profit service (misalnya sekolah, yayasan, panti asuhan, dan lain-lain).

5. Regulasi

Dari aspek regulasi, jasa dapat dibagi menjadi regulated service (misalnya makelar, catering dan pengecatan rumah).

6. Tingkat Intensitas Karyawan

Berdasarkan tingkat intensitas karyawan (keterlibatan tenaga kerja), jasa dapat dikelompokkan menjadi dua macam, yaitu *equipment-based service* (misalnya binatu, ATM, dan cuci mobil otomatis) dan *people-based service* (misalnya satpam, konsultan hukum, dan lain-lain).

7. Tingkat Kontak Penyedia Jasa Dan Pelanggan.

Berdasarkan tingkat kontak ini, secara umum jasa dapat dibagi menjadi 2 yaitu *high contact service* (seperti universitas, bank, dokter dan pegadaian) dan *low contact service* (seperti bioskop). Pada jasa yang tingkat kontak dengan pelanggannya tinggi, keterampilan interpersonal karyawan harus diperhatikan oleh perusahaan jasa karena kemampuan membina hubungan sangat dibutuhkan dalam berurusan dengan orang banyak. Misalnya keramahan, sopan santun, komunikatif, dan lain-lain. Sedangkan pada jasa yang tingkat kontak dengan pelanggan rendah, justru keahlian teknis karyawan yang paling penting.

3. Karakteristik Jasa

Ada empat karakteristik pokok pada jasa yang membedakannya dengan barang. Karakteristik tersebut meliputi (Tjiptono, 2000:15) :

1. *Intangibility*

Jasa bersifat *intangible*, artinya tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium, atau didengar sebelum dibeli. Konsep intangible itu sendiri memiliki dua pengertian yaitu (Berry dalam Enis dan Cox (1998) dalam Tjiptono, 2000:15) :

- a. Sesuatu yang tidak dapat disentuh dan tidak dapat dirasa.
- b. Sesuatu yang tidak mudah didefinisikan, diformulasikan, atau dipahami secara rohaniah.

2. *Inseparability*

Jasa biasanya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Dikatakan produksi dan konsumsi berjalan serempak. Artinya si penghasil jasa sering hadir secara fisik, pada saat konsumsi berlangsung.

3. *Variability*

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan non standardized output, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan.

4. *Perishability*

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Bila suatu jasa tidak digunakan, maka jasa tersebut akan berlalu begitu saja. Dalam kasus tertentu jasa dapat disimpan, yaitu dalam bentuk pemesanan (misalnya reservasi tiket pesawat dan kamar hotel), peningkatan permintaan akan suatu jasa pada

saat permintaan sepi (misalnya minivacation weekends di hotel-hotel tertentu) dan penundaan penyampaian jasa (misalnya asuransi).

D. Pelayanan Publik

1. Pengertian Pelayanan Publik

Fungsi instansi pemerintah sektor publik adalah untuk memberikan pelayanan kepada publik. Sebelum sampai pada apa yang dimaksud dengan pelayanan publik, maka perlu dipahami terlebih dahulu makna dari pelayanan itu sendiri. Pengertian pelayanan menurut Moenir (1998:27) adalah “Proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung yang pada hakekatnya merupakan serangkaian kegiatan. Karena itu pelayanan merupakan proses dan sebagai proses pelayanan itu berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat”.

Kemudian Moenir (1998:12) berpendapat bahwa pelayanan umum atau pelayanan masyarakat adalah “Setiap kegiatan yang dilakukan oleh pihak lain yang ditujukan guna memenuhi kepentingan orang banyak. Namun tidak berarti bahwa pelayanan itu sifatnya selalu kolektif, sebab melayani kepentingan peroranganpun asal kepentingan tersebut masih termasuk dalam rangka pemenuhan hak dan kebutuhan bersama yang telah diatur, termasuk dalam pengertian pelayanan umum”.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pelayanan publik merupakan suatu upaya membantu atau memberi manfaat kepada publik melalui penyediaan barang atau jasa yang diperlukan oleh mereka. Sehingga pada hakekatnya, pelayanan publik bukan semata-mata persoalan administratif belaka seperti pemberian ijin dan pengesahannya atau pemenuhan kebutuhan fisik, tetapi yang mencakup persoalan yang lebih mendasar yakni pemenuhan keinginan atau kebutuhan pelanggan. Hal ini wajar karena dalam setiap organisasi pemenuhan dan pemberian pelayanan kepada pelanggan merupakan suatu tuntutan. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sangat diutamakan mengingat keduanya mempunyai pengaruh yang besar kepada keberlangsungan dan berkembangnya misi suatu organisasi.

2. Kualitas Pelayanan Publik

Kualitas adalah semacam keunggulan yang mesti harus dicapai guna memenuhi harapan pelanggan. Kualitas tersebut akan nampak dari tanggapan-tanggapan para konsumen, yang dihasilkan dari perbandingan konsumen atas pelayanan yang mereka alami dengan pelayanan yang mereka harapkan. Menurut Kotler (dalam Tjiptono, 2001:61), "Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti citra kualitas pelayanan yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Pelangganlah yang

mengonsumsi dan menikmati jasa perusahaan, sehingga merekalah yang menentukan kualitas jasa”.

Dalam jangka panjang hubungan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan dapat memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Pada gilirannya kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan.

E. Pentingnya Sektor Privat Dalam Pengembangan Organisasi Publik.

1. Informasi

a. Pengertian Informasi

Pembangunan merupakan program yang direncanakan untuk melakukan perubahan – perubahan dengan sengaja. Dalam pelaksanaan pembangunan, komunikasi sangat berperan penting. Melalui komunikasi, segala informasi, ide, gagasan, pendapat dan inovasi dapat disebarluaskan kepada khalayak banyak. Disamping fungsinya untuk menyiarkan informasi, gagasan, ide, inovasi, pendapat, juga untuk mendengarkan aspirasi masyarakat. Komunikasi adalah alat vital untuk

menunjang tercapainya hasil pembangunan. Sedangkan informasi adalah bahan pokok dalam komunikasi. Dari sini dapat dilihat bahwa informasi dan komunikasi sangat berperan penting dalam pembangunan. Informasi itu sendiri menurut beberapa ahli yakni Sutanta (2003:10) “Merupakan hasil pengolahan data sehingga menjadi bentuk yang penting bagi penerimanya dan mempunyai kegunaan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan yang dapat dirasakan akibatnya secara langsung saat itu juga atau secara tidak langsung pada saat mendatang”. Sedangkan menurut pendapat lain Davis yang dikutip oleh Siahaan (2000:29) mengungkapkan “Bahwa informasi adalah data yang telah diproses ke dalam suatu bentuk yang mempunyai arti bagi si penerima dan mempunyai nilai nyata dan terasa bagi keputusan saat itu atau untuk keputusan mendatang”.

Jadi dapat disimpulkan bahwa informasi itu adalah sekumpulan data atau berita yang telah disusun sedemikian rupa dan diambil kembali yang merupakan suatu hasil atau produk dari suatu proses sehingga menjadi bentuk yang penting bagi penerimanya dan digunakan untuk pengambilan kesimpulan argumentasi atau sebagai dasar pengambilan keputusan yang dapat dirasakan akibatnya secara tidak langsung pada saat mendatang.

b. Syarat-syarat Informasi yang baik

Dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada masyarakat agar diterima dengan jelas dan benar, ada beberapa hal yang harus dipenuhi agar pesan atau

informasi itu mendapatkan umpan balik yang positif dari masyarakat, sehingga upaya yang dilakukan benar-benar maksimal, adapun syarat-syarat informasi yang baik menurut Parker yang dikutip oleh Kumorotomo dan Margono (1994:11-12), yakni :

1. Ketersediaan (*Availability*)

Syarat yang mendasar bagi suatu informasi adalah tersedianya informasi itu sendiri. Informasi harus dapat diperoleh bagi orang yang hendak memanfaatkannya.

2. Mudah Dipahami (*Comprehensibility*)

Informasi harus mudah di pahami oleh pembuat keputusan, baik itu keputusan yang menyangkut pekerjaan rutin maupun keputusan-keputusan yang bersifat strategis. Informasi yang rumit dan berbelit-belit hanya akan membuat kurang efektifnya pengambilan keputusan.

3. Relevan

Informasi yang diperlukan adalah benar-benar relevan dengan permasalahan, misi dan tujuan dari organisasi tersebut.

4. Bermanfaat

Sebagai konsekuensi dari syarat relevansi, informasi juga harus bermanfaat bagi organisasi. Karena itu informasi juga harus dapat tersaji ke dalam bentuk-bentuk yang memungkinkan pemanfaatan oleh organisasi yang bersangkutan.

5. Tepat Waktu

Informasi harus tersedia tepat pada waktunya. Syarat ini terutama sangat penting pada saat organisasi membutuhkan informasi ketika pemimpin hendak membuat keputusan-keputusan yang krusial.

6. Kehandalan (*Reliability*)

Informasi harus diperoleh dari sumber-sumber yang dapat diandalkan kebenarannya. Pengolah data atau pemberi informasi harus dapat menjamin tingkat kepercayaan yang tinggi atas informasi yang disajikan.

7. Akurat

Syarat ini mengharuskan bahwa informasi bersih dari kesalahan dan kekeliruan. Ini juga berarti informasi harus jelas dan secara akurat mencerminkan makna yang terkandung dari data pendukungnya.

8. Konsisten

Informasi tidak boleh mengandung kontradiksi di dalam penyajiannya. Karena konsistensi merupakan syarat penting bagi dasar pengambilan keputusan.

Sedangkan menurut pendapat Siahaan (2000:35-37) yang menuturkan tentang jenis informasi yang dibagi menjadi tiga bagian, yang salah satu bagiannya menerangkan tentang syarat-syarat informasi yang baik yakni :

1. Berdasarkan persyaratan. Informasi dapat dirinci sebagai berikut :
 - a. Informasi yang tepat waktu. Informasi pada hakekatnya harus segera tiba di tangan oknum atau bidang pengambilan keputusan.
 - b. Informasi yang relevan. Informasi tersebut ada kaitannya dengan penerima.
 - c. Informasi yang bernilai. Informasi yang menentukan sekali dalam pengambilan keputusan, informasi itu tidak sekedar pelengkap data, melainkan pokok penentuan permasalahan.
 - d. Informasi yang dapat dipercaya. Informasi yang datang dari orang atau badan yang dapat dipercaya dan yang tidak perlu diragukan kebenarannya.
2. Berdasarkan dimensi waktu. Informasi data diklasifikasikan sebagai berikut:
 - a. Informasi masa lalu. Informasi yang menggambarkan peristiwa masa lampau, sekalipun jarang dipergunakan. data dalam informasi itu disusun secara teratur supaya dapat dipergunakan pada waktu-waktu tertentu.
 - b. Informasi masa kini. Informasi mengenai peristiwa-peristiwa yang terjadi sekarang dan dapat langsung diperhatikan dan dipergunakan.
3. Berdasarkan sasaran. Informasi data diklasifikasikan sebagai berikut :
 - a. Informasi individual. Informasi ini ditujukan kepada seseorang yang berfungsi sebagai pengambil kebijaksanaan (*policy maker*) dan pengambil keputusan (*decision maker*) atau kepada seseorang yang diharapkan tanggapannya atas informasi yang diperolehnya.

- b. Informasi komunitas. Informasi ini ditujukan kepada khalayak di luar organisasi atau kepada suatu kelompok dalam masyarakat.

c. Fungsi Informasi

Informasi atau pesan yang disampaikan kepada masyarakat mempunyai fungsi yang sangat penting dan hal ini sesuai dengan pendapat Sutanta (2003:11) yang menjelaskan beberapa fungsi informasi yakni :

1. Menambah Pengetahuan.

Adanya informasi akan menambah pengetahuan bagi penerimanya yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan yang mendukung proses pengambilan keputusan.

2. Mengurangi ketidakpastian.

Adanya informasi akan mengurangi ketidakpastian karena apa yang akan terjadi dapat diketahui sebelumnya, sehingga menghindari keraguan pada saat pengambilan keputusan.

3. Mengurangi resiko kegagalan.

Adanya informasi akan mengurangi resiko kegagalan karena apa yang akan terjadi akan dapat diantisipasi dengan baik, sehingga kemungkinan terjadinya kegagalan akan dapat dikurangi dengan pengambilan keputusan yang tepat.

4. Mengurangi keanekaragaman atau variasi yang tidak diperlukan.

Adanya informasi akan mengurangi keanekaragaman yang tidak diperlukan, karena keputusan yang diambil lebih terarah.

5. Memberi standart aturan-aturan, ukuran-ukuran dan keputusan-keputusan yang menentukan pencapaian sasaran dan tujuan.

Adanya informasi akan memberikan standart, aturan, ukuran dan keputusan yang lebih terarah untuk mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan secara lebih baik berdasarkan informasi yang diperoleh.

Secara ilmiah Siagian yang dikutip oleh Siahaan (2000 : 37) memperkenalkan enam langkah yang perlu dilakukan dalam pengambilan keputusan, yaitu :

1. Mengetahui hakekat masalah yang dihadapi.
2. Mengumpulkan fakta dan data yang relevan.
3. Menentukan beberapa alternatif yang mungkin ditempuh.
4. Memilih cara pemecahan alternatif yang telah diolah.
5. Memutuskan tindakan yang harus dilakukan.
6. Menilai hasil yang diperoleh sebagai akibat keputusan yang diambil.

Informasi hanya berguna apabila informasi itu dapat dipergunakan sebagai bahan untuk mempermudah pengambilan keputusan. Dengan penjelasan diatas dapat diketahui bahwa informasi merupakan hal yang vital dalam pengambilan keputusan, baik oleh kepentingan pribadi maupun kelompok. Informasi yang didapat haruslah jelas dan benar, sehingga tidak ada kesanksian dari kebenaran informasi tersebut. Dalam hal ini kita sangat memerlukan pengetahuan dan informasi dalam waktu sesungguhnya peristiwa itu terjadi. Dengan kata lain diperlukan suatu pengetahuan dan informasi dalam jangka waktu yang sesuai untuk bertindak.

2. Komunikasi

a. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi berasal dari perkataan latin "*Communicatie*" yang berarti "pemberitahuan" atau "pertukaran pikiran". Menurut Effendy (1986:11,c), istilah komunikasi tersebut bersumber pada kata "*communis*" yang berarti "sama". Yang dimaksud dengan sama disini adalah "kesamaan makna". Berdasarkan pendapat tersebut dapat diketahui bahwa istilah komunikasi mengandung makna adanya kesamaan pandangan, persepsi maupun arti antara orang-orang yang terlibat didalamnya.

Selanjutnya Effendy (1986:12) memberikan definisi bahwa komunikasi adalah :

”Proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang-lambang yang bermakna sama bagi kedua pihak. Dalam situasi tertentu, komunikasi menggunakan media tertentu untuk mencapai sasaran yang jauh tempatnya dan atau banyak jumlahnya. Dalam situasi tertentu pula komunikasi dimaksudkan atau ditujukan untuk merubah sikap (*attitude*), pendapat (*opinion*) atau tingkah laku (*behavior*) seseorang atau sejumlah orang, sehingga ada efek tertentu yang diharapkan”.

Sedangkan Susanto (1986:1) mendefinisikan komunikasi sebagai “kegiatan pengoperan lambang yang mengandung arti atau makna”. Dari pendapat tersebut dapat diperoleh gambaran bahwa komunikasi sebagai proses pengalihan atau transformasi suatu pengertian atau informasi dari sumber informasi kepada pihak lain yang menjadi sasaran dalam prosesnya,

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa “Komunikasi adalah penyampaian informasi dan pengertian dari seseorang kepada orang lain melalui lambang tertentu dan mempunyai arti untuk mengubah sikap dan tingkah laku orang lain itu”. Komunikasi akan dapat berhasil apabila sekiranya timbul saling pengertian, yaitu jika kedua belah pihak si pengirim dan si penerima informasi dapat memahaminya. Dalam keadaan seperti inilah dapat dikatakan komunikasi telah berhasil baik (komunikatif).

b. Unsur Komunikasi

Untuk dapat memahami mengenai istilah komunikasi agar nanti dapat dilaksanakan secara efektif dan tepat sasaran, sehingga tujuan dari komunikasi itu dapat tercapai. Terdapat sejumlah komponen atau unsur-unsur yang tercakup dalam

proses komunikasi, yang merupakan persyaratan terjadinya komunikasi. Menurut Cangara (2003:24-28) unsur-unsur tersebut akan dijabarkan sebagai berikut, yakni :

1. *Source* (Sumber)

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antar manusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi juga bisa dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi atau lembaga. Sumber sering disebut pengirim, komunikator.

2. *Communicator* (Pengirim pesan)

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasehat atau propaganda.

3. *Channel* (Saluran atau media)

Media yang dimaksud disini adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media, selain indera manusia, ada juga saluran komunikasi seperti telepon, surat, telegram yang digolongkan sebagai media komunikasi antar pribadi. Media komunikasi massa dapat dibedakan atas dua macam, yakni media cetak dan media elektronik. Media cetak seperti halnya surat kabar, majalah, buku, leaflet, brosur, stiker, bulletin, hand out, poster, spanduk, dan lain-lain.

Sedangkan media elektronik antara lain : radio, film, televisi, video recording, computer, electronicboard, audio cassette dan selain media komunikasi , kegiatan dan tempat-tempat tertentu yang banyak ditemui dalam masyarakat pedesaan bisa juga dipandang sebagai media komunikasi sosial, misalnya rumah-rumah ibadah, balai desa, arisan, panggung kesenian dan pesta rakyat.

4. *Communicant* (Penerima pesan)

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara. Dalam proses komunikasi telah dipahami bahwa keberadaan penerima adalah akibat karena adanya sumber. Penerima adalah elemen penting dalam proses komunikasi, karena dialah yang menjadi sasaran dari komunikasi. Jika suatu pesan tidak diterima oleh penerima akan menimbulkan berbagai macam masalah yang seringkali menuntut perubahan, apakah pada sumber, pesan atau saluran.

5. *Effect* (Hasil, pengaruh)

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang. Karena itu, pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.

Sihingga dapat disimpulkan efek ini merupakan tanggapan seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterpa pesan.

6. *Feed Back* (Tanggapan balik)

Tanggapan balik juga disebut umpan balik, yakni tanggaan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator atau salah satu bentuk daripada pengaruh yang berasal dari penerima.

7. Lingkungan

Lingkungan atau situasi ialah faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan atas empat macam yaitu lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, dimensi psikologis dan dimensi waktu. Lingkungan fisik menunjukkan suatu proses komunikasi hanya bisa terjadi kalau tidak terdapat rintangan fisik, misalnya geografis. Lingkungan sosial menunjukkan faktor sosial budaya, ekonomi dan politik yang bisa menjadi kendala terjadinya komunikasi misalnya kesamaan bahasa, kepercayaan, adat istiadat dan status sosial. Dimensi psikologis adalah pertimbangan kejiwaan yang digunakan dalam berkomunikasi. Misalnya menghindari kritik yang menyinggung perasaan orang lain, dimensi psikologis ini biasa disebut dimensi internal. Sedangkan dimensi waktu menunjukkan situasi yang tepat untuk melakukan kegiatan komunikasi.

Jadi setiap unsur memiliki peranan yang sangat penting dalam membangun proses komunikasi. Bahkan ketujuh unsur ini saling bergantung satu sama lainnya. Artinya tanpa keikutsertaan satu unsur akan memberi pengaruh pada jalannya komunikasi.

c. Macam-macam Komunikasi

Komunikasi pada garis besarnya diklasifikasikan sebagai berikut Effendy, (1986:25-38) :

1. Komunikasi Langsung (*Direct Communication*)

Adalah komunikasi antara komunikator dan komunikan secara tatap muka atau saling melihat. (*face to face communication*). Komunikasi ini meliputi :

a. Komunikasi antar persona (*Interpersonal Communication*).

Adalah komunikasi antara seorang komunikator dengan seorang komunikan (*dyadic communication*) atau antara seseorang komunikator dengan dua orang komunikan (*triadic communication*). Dalam situasi seperti ini, umpan balik terjadi secara langsung (*immediate feedback*).

b. Komunikasi kelompok (*Group Communication*)

Adalah komunikasi antara seseorang dengan sekelompok orang yang jumlahnya lebih dari dua secara tatap muka. Dalam komunikasi kelompok dibedakan antara komunikasi kelompok kecil dan komunikasi kelompok besar.

2. Komunikasi Tak Langsung (*Indirect Communication*)

Komunikasi ini sering pula dinamakan “Komunikasi bermedia”, karena dalam prosesnya komunikator menggunakan media untuk menyalurkan pesan-pesannya kepada komunikan karena komunikan berada di tempat yang jauh atau jumlahnya terlalu banyak. Komunikasi tak langsung di klasifikasikan menjadi :

a. Komunikasi media massa (*Mass Media Communication*)

Sering disingkat menjadi “komunikasi massa” atau “*Mass Communication*”.

Komunikasi massa adalah komunikasi melalui pengguna media, dalam hal ini media massa. Karakteristik komunikasi massa dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Satu arah
2. Umum
3. Serempak

Sedangkan karakteristik komunikasi adalah :

1. Anonim (Komunikator tidak mengetahui komunikannya).
2. Heterogin.
3. Selektif (Komunikasikan memilih media maupun pesannya sesuai dengan selera masing-masing).

b. Komunikasi Media Non Massa (*Non Mass Media Communication*).

Adalah komunikasi dengan menggunakan media yang tidak memiliki ciri-ciri yang terdapat pada media massa terutama ciri keserempakan. Yang termasuk media tersebut adalah surat, telepon, telegram, teleks, radio telefoni, radio telegrafi, film dokumenter, majalah organisasi, spanduk, pamflet, poster, dan lain-lain.

3. Diversifikasi

a. Pengertian Diversifikasi

Agar memahami apa yang dimaksud dengan diversifikasi, berikut adalah definisi dari diversifikasi. Menurut Tjiptono (1998 :132) “Diversifikasi adalah upaya mencari dan mengembangkan produk atau jasa yang baru atau keduanya, dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profabilitas dan fleksibilitas.”

Dari definisi tersebut dapat ditekan bahwa diversifikasi adalah usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperluas usahanya dengan menambah keanekaragaman produk atau jasa yang telah dimilikinya untuk menghadapi pasar baru atau persaingan, sehingga perusahaan tidak hanya beroperasi dalam satu pasar saja.

b. Macam Diversifikasi

Menurut Tjiptono (1998 :132) ada tiga jenis diversifikasi yang dapat digunakan untuk menghadapi persaingan yaitu :

1. Diversifikasi Konsentris

Yaitu : Produk-produk atau jasa baru yang diperkenalkan memiliki hubungan atau kaitan dalam hal pemasaran atau teknologi dengan produk yang sudah ada.

2. Diversifikasi Horisontal

Yaitu : Dimana perusahaan menambah produk atau jasa baru yang tidak berkaitan dengan produk atau jasa yang telah ada, tetapi dijual kepada pelanggan yang sama.

3. Diversifikasi Konglomerat

Yaitu : Dimana produk atau jasa baru yang dihasilkan sama sekali baru, tidak memiliki hubungan dalam hal pemasaran maupun teknologi dengan produk yang sudah ada dan dijual kepada pelanggan yang berbeda.

c. Pentingnya Diversifikasi

Setiap perusahaan yang melaksanakan diversifikasi menganggap bahwa diversifikasi penting bagi perusahaannya dengan alasan – alasan tertentu. Menurut Nijman dan Wolk (1983 : 143) bahwa motif yang ada dibalik pelaksanaan diversifikasi adalah :

1. Hasrat untuk menyesuaikan produksi dengan keinginan konsumen, secara optimal.
2. Hasrat untuk bertumbuh.
3. Usaha mencapai stabilitas.
4. Usaha mencapai “input” yang optimal daripada sumber dan kapasitas.
5. Hasrat umum untuk kelanjutan usaha.
6. Motif non ekonomis.

Dari keenam motif yang ada pelaksanaan diversifikasi selain untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan dari serangan pesaing, juga untuk mempertahankan pelanggan dan diharapkan dengan dilaksanakannya diversifikasi perusahaan akan mendapatkan laba yang besar.

4. Teknologi Informasi (TI)

a. Pengertian Teknologi Informasi (TI)

Teknologi informasi (TI) dalam administrasi publik baru (*New Public Administration*) ditempatkan sebagai faktor utama dalam mendukung terlaksananya administrasi publik yang efisien, efektif, berkeadilan dan tentunya akuntabel. Kehadiran TI telah membuktikan bahwa dengan adanya TI mampu memberikan sesuatu yang semula sangat sulit dipenuhi oleh administrasi publik tradisional yakni dalam hal kecepatannya, keakuratannya dan keobyektifannya. Dengan kata lain TI

telah diyakini menjadi faktor utama untuk mewujudkan suatu administrasi yang bebas dari pengaruh hubungan personal. Menurut Indrajit (1999) yang dikutip oleh Makhdom Priyatno dan Anwar Sanusi TI data dipahami “Sebagai suatu teknologi yang berhubungan dengan pengolahan data dan informasi, serta penyalurannya dalam batas dan ruang waktu”. Dari pengertian ini jelas bahwa TI akan selalu terkait dengan pengelolaan data menjadi informasi dengan bantuan alat komunikasi diantaranya yang paling vital adalah komputer.

Sedangkan menurut Martin (1999) yang dikutip oleh Makhdom Priyatno dan Anwar Sanusi “TI tidaklah hanya sebagai teknologi untuk memproses dan menyimpan informasi yang berbasis pada komputer, namun juga menggunakan teknologi komunikasi lainnya dalam rangka menyampaikan informasi atau pesan.” Dengan demikian pengelolaan TI adalah pengelolaan yang penyampaian informasi baik yang menggunakan komputer maupun alat komunikasi yang lainnya seperti electronic mail, dan lain-lain. Selain itu TI juga merupakan suatu alat yang secara efektif dapat digunakan untuk mengkomunikasikan produk dan jasa yang ditawarkan oleh suatu organisasi kepada masyarakat pengguna (*costumer*). Dengan demikian TI memiliki kekuatan dalam suatu organisasi baik internal maupun eksternal.

Dari beberapa penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa TI adalah :

1. Beberapa kumpulan sistem informasi yang digunakan untuk mengelola data dan informasi untuk diterima, didistribusikan dan disimpan.
2. Alat atau media yang secara efektif dapat digunakan untuk mensosialisasikan, mengkomunikasikan ide, konsep, jasa dan produk maupun visi baik untuk kepentingan internal organisasi, maupun eksternal. Dalam hal ini adalah pengguna jasa maupun pemasok dengan berbasiskan pada teknologi komputer maupun teknologi komunikasi lainnya.

b. Peran dan Posisi TI Dalam Organisasi.

Beberapa peran TI dalam kepentingan organisasi publik adalah :

1. Mengurangi aspek-aspek bahaya moral dalam transaksi publik.
2. Teknologi Informasi (TI) akan membawa cakrawala baru dalam dunia birokrasi, yakni keterbukaan. Ini merupakan keinginan publik untuk suatu administrasi pemerintahan yang professional.
3. Meningkatkan obyektifitas dalam pelayanan publik.
4. Birokrasi yang lama dipikirkan oleh Max Weber untuk lebih impersonal ternyata dalam perkembangannya telah bergeser kepada aspek yang lebih personal. Artinya birokrasi akan memberikan pelayanan terbaik hanya kepada kelompok atau perseorangan yang memberikan keuntungan bagi mereka
5. Meningkatkan efisiensi dalam organisasi.

6. Teknologi Informasi (TI) dapat digunakan untuk memotong proses-proses dalam birokrasi yang cenderung memunculkan biaya baru TI juga mampu mengurangi biaya dan kecepatan dalam pelayanan. Contohnya adalah dengan menggunakan sistem pelayanan otomatis.
7. Faktor pendorong pertumbuhan ekonomi.

F. BUMN

1. Pengertian dan Pembagian BUMN

Berdasarkan UU RI Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara (BUMN) atau dapat disebut UU BUMN. Berkaitan dengan pengertian BUMN ini termuat dalam Bab I Ketentuan Umum pasal 1 ayat (1) yaitu : “ Badan Usaha Milik Negara, yang selanjutnya disebut BUMN, adalah badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh negara melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan negara yang dipisahkan”.

Sebagai badan usaha, BUMN merupakan salah satu pelaku ekonomi dalam sistem perekonomian nasional, yang mana dalam pendiriannya memiliki maksud dan tujuan. Adapun maksud dan tujuan pendirian BUMN itu sendiri, seperti yang termuat dalam UU tersebut yaitu pada pasal 2 ayat (1) adalah :

- a. Memberikan sumbangan bagi perkembangan perekonomian nasional pada umumnya dan penerimaan negara pada khususnya.

- b. Mengejar keuntungan.
- c. Menyelenggarakan kemanfaatan umum berupa penyediaan barang dan atau jasa yang bermutu tinggi dan memadai bagi pemenuhan hajat hidup orang banyak.
- d. Menjadi perintis kegiatan-kegiatan usaha yang belum dapat dilaksanakan oleh sektor swasta dan koperasi.
- e. Turut aktif memberikan bimbingan dan bantuan kepada pengusaha golongan ekonomi lemah, koperasi dan masyarakat.

Berdasarkan maksud dan tujuan pendirian BUMN seperti yang tersebut diatas, maka dapat disimpulkan bahwa keberadaan BUMN akan dapat membantu meningkatkan kekuatan ekonomi nasional.

2. Bentuk BUMN

Di Indonesia, BUMN senantiasa mengalami perubahan khususnya terhadap bentuk-bentuk BUMN itu sendiri. Sebelumnya BUMN terbagi menjadi tiga bentuk yaitu Perusahaan Jawatan (PERJAN), Perusahaan Umum (PERUM), dan Perusahaan Perseroan (PERSERO). Setelah ditetapkannya UU BUMN, bentuk BUMN mengalami penyederhanaan. Sesuai yang termuat di dalam pasal 9 yaitu :”BUMN terdiri dari Persero dan Perum”.

a. Perusahaan Perseroan (Persero).

Berdasarkan UU BUMN dalam Bab I Ketentuan Umum pasal 1 ayat (2), yang dimaksud dengan Persero adalah BUMN yang berbentuk perseroan terbatas yang modalnya terbagi dalam saham yang seluruhnya atau paling sedikit 51% (lima puluh satu persen) sahamnya dimiliki oleh Negara Republik Indonesia yang tujuan utamanya mengejar keuntungan.

Adapun ciri-ciri pokok dari persero dengan melihat kepada UU BUMN, Nomor 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas dan Peraturan Pemerintah Nomor 12 Tahun 1998 tentang perusahaan perseroan adalah :

1. Makna usaha dan tujuan usaha persero adalah menitik beratkan kepada pencapaian keuntungan yang maksimal.
2. Status hukum persero adalah badan hukum berdasar Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas.
3. Persero berdiri sendiri sebagai kesatuan organisasi yang terpisah dari pemerintah.
4. Sahamnya bisa seluruhnya atau sebagian (minimal 51%) dimiliki oleh Negara Republik Indonesia.
5. Pengurusan diserahkan kepada direksi, dimana pengangkatan dan pemberhentian direksi dilakukan oleh Rapat Umum Pemegang Saham.

6. Pengawasan dilakukan oleh Komisaris, dimana pengangkatan dan pemberhentian Komisaris dilakukan oleh Rapat Umum Pemegang Saham.
7. Kekayaan Persero berasal dari kekayaan negara yang dipisahkan.
8. Status pegawai persero adalah seperti pegawai swasta biasa.
9. Ruang Lingkup persero seperti pada perusahaan swasta biasa.

b. Perusahaan Umum (Perum)

Berdasarkan UU BUMN dalam Bab I Ketentuan Umum pasal 1 ayat (4), yang dimaksud dengan Perum adalah BUMN yang seluruh modalnya dimiliki negara dan tidak terbagi atas saham, yang bertujuan untuk kemanfaatan umum berupa penyediaan barang dan atau jasa yang bermutu tinggi dan sekaligus mengejar keuntungan berdasarkan prinsip pengelolaan perusahaan.

Adapun ciri-ciri pokok dari perum dengan merujuk kepada UU BUMN dan Peraturan Pemerintah Nomor 13 Tahun 1998 tentang Perusahaan Umum adalah :

1. Makna usaha dan tujuan usaha Perum adalah mengutamakan pelayanan publik disamping juga tetap berusaha memupuk keuntungan.
2. Status hukum Perum adalah badan hukum yang diperoleh setelah diberlakukannya Peraturan Pemerintah tentang pendirian Perum.
3. Perum berdiri sendiri sebagai kesatuan organisasi yang terpisah dari pemerintah.

4. Kepemilikan modal seluruhnya oleh Negara Republik Indonesia dan tidak terbagi atas saham.
5. Pengurusan diserahkan kepada direksi, dimana pengangkatan dan pemberhentian direksi dilakukan oleh Menteri sesuai dengan Perundang-Undangan.
6. Pengawasan dilakukan oleh Dewan Pengawas, dimana pengangkatan dan pemberhentian Dewan Pengawas dilakukan oleh Menteri sesuai dengan mekanisme dan ketentuan peraturan Perundang-Undangan.
7. Kekayaan Perum berasal dari kekayaan negara yang dipisahkan.
8. Status pegawai Perum adalah seperti pegawai swasta biasa.
9. Ruang Lingkup kegiatan usaha pada umumnya yang berkaitan dengan *public service* atau *public utilities*.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode berasal dari bahasa latin *Methodos* yang berarti strategi, cara, taktik, siasat. Sehubungan dengan upaya ilmiah maka menurut Koentjaraningrat (1979:16) metode adalah cara kerja untuk memahami objek yang menjadi sasaran ilmu yang bersangkutan.

Makna penelitian menurut Moleong (2001:30) adalah wahana untuk menemukan kebenaran atau untuk lebih membenarkan kebenaran.

Berdasarkan pengertian diatas yang di maksud dengan metode penelitian adalah suatu strategi, cara, taktik, siasat yang digunakan oleh seseorang (peneliti) untuk memahami suatu fenomena dengan cara menemukan, mengembangkan dan menguji kebenaran fenomena yang bersangkutan dengan menggunakan metode-metode ilmiah dalam rangka membuat suatu verifikasi atau kesimpulan untuk menemukan solusi.

Secara rinci langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menentukan : jenis penelitian, focus penelitian, lokasi dan situs penelitian, sumber dan jenis data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian serta analisis data.

A. JENIS PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian deskriptif merupakan jenis penelitian yang berupaya mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap suatu fenomena maupun peristiwa yang sedang terjadi.

Seperti yang ditegaskan oleh Lexy J Moleong (2002:3), “metode penelitian deskriptif bertujuan untuk melukiskan atau menggambarkan suatu fenomena dengan jalan mendeskripsikan secara sistematis sejumlah variable yang berkenaan dengan masalah penelitian yang akan diteliti.”

Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif yang menurut Bogdan dan Taylor sebagaimana yang dikutip oleh Moleong (2002:3) adalah suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

B. FOKUS PENELITIAN

Fokus penelitian ini bertujuan memberikan batasan terhadap fenomena atau permasalahan yang ada agar penelitian yang dilakukan lebih terarah, tidak meluas serta relevan dengan obyek penelitian dan memperoleh hasil sesuai dengan yang

diharapkan. Sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan yang ingin dicapai, maka yang menjadi focus dalam penelitian ini adalah :

1. Upaya pemanfaatan Teknologi Informasi (TI) yang dilakukan oleh PT. POS INDONESIA kota Malang dalam pengembangan pelayanan publik meliputi :
 - a. Adanya produk layanan yang menggunakan TI.
 - b. Peningkatan kemampuan pegawai.
2. Upaya PT. POS INDONESIA kota Malang meningkatkan kualitas produk layanan dalam pengembangan jasa pelayanan publik meliputi:
 - a. Memahami Persaingan
 - b. Pengembangan produk baru dalam jasa pelayanan publik
 - c. Perbaiki produk.
3. a.Faktor pendukung : Internal dan Eksternal.
b.Faktor penghambat : Internal dan Eksternal.

Yang dihadapi oleh PT. POS INDONESIA kota Malang dalam upaya memanfaatkan Teknologi Informasi (TI) serta peningkatan kualitas produk pada pengembangan jasa pelayanan publik.

C. LOKASI PENELITIAN DAN SITUS PENELITIAN

Penelitian ini mengambil lokasi di PT. Pos Indonesia (persero) Kantor Pos Malang 65100 sebagai salah satu BUMN penyedia layanan publik yang berupa barang dan jasa pos.

Sedangkan situs penelitian adalah tempat dimana peneliti dapat menangkap keadaan yang sebenarnya dari obyek yang diteliti. Sehubungan dengan hal itu, maka yang menjadi situs penelitian dalam penelitian ini adalah bagian Pos Peka Waktu di Kantor Pos Malang 65100.

D. JENIS DAN SUMBER DATA

Penelitian ini menggunakan 2 (dua) jenis data yaitu :

- a. Data Primer : data yang diperoleh langsung dari sumber aslinya yaitu instansi atau perusahaan yang menjadi objek penelitian yang berupa kata-kata dan tindakan dari informan maupun dari suatu peristiwa atau kejadian.
- b. Data Sekunder : data yang diperoleh atau dikumpulkan dari sumber-sumber yang telah ada yang berupa dokumen-dokumen, laporan-laporan dan arsip-arsip lain yang relevan. Data sekunder ini menurut Hasan (1999 : 33) disebut juga dengan data tersedia, yang menurut Moleong (2001 : 113-114) bisa berasal dari sumber-sumber tertulis (buku, dan majalah ilmiah, arsip, dokumen pribadi dan dokumen

resmi), sumber-sumber berupa gambar yaitu foto dan sumber yang berupa data statistik.

Sedangkan yang menjadi sumber data dalam penelitian ini nanti adalah peristiwa atau kejadian yang berkaitan dengan focus penelitian serta informan-informan yang ada di Kantor Pos Malang. Informan dalam hal ini adalah orang yang mengetahui persis tentang permasalahan yang akan diteliti, sehingga dalam penelitian ini nanti yang menjadi informan adalah manajer Pos Peka Waktu, para pegawai Kantor Pos Malang khususnya di bagian Pos Peka Waktu dan pengguna produk jasa Pos Peka Waktu. Peneliti juga menggunakan sumber data berupa buku, majalah ilmiah, arsip, dokumen resmi serta hasil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

E. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Wawancara : pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan tanya jawab langsung secara lisan dengan informan penelitian yang dipandu dengan pedoman wawancara agar pertanyaan yang diajukan peneliti nanti tidak keluar dari tema penelitian.
- b. Observasi : pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek-objek yang diteliti dilapangan.

- c. Dokumentasi : pengumpulan data melalui penggunaan sumber-sumber tertulis yang berupa buku, majalah, bulletin, laporan-laporan penelitian terdahulu, arsip-arsip perusahaan dan sumber tertulis lainnya yang relevan.

F. INSTRUMEN PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti akan terjun langsung ke lokasi penelitian dan menggunakan kelengkapan penelitian antara lain sebagai instrumen penelitian seperti alat Bantu berupa :

1. Interview guide (pedoman wawancara) sebagai panduan dalam melakukan wawancara dengan responden dan pihak PT. POS INDONESIA.
2. Alat tulis-menulis.

G. ANALISIS DATA

Tujuan dari analisis data adalah untuk meringkas atau menyederhanakan data agar lebih berarti dan dapat di interpretasikan. Sesuai dengan jenis penelitian deskriptif, maka dalam penelitian ini analisis data yang digunakan adalah metode analisis kualitatif yang dimulai dengan membaca, mempelajari dan menelaah data yang dikumpulkan. Setelah data dikumpulkan, maka diadakan penyusunan, pengolahan dan interpretasi data dan diambil kesimpulan sementara.

Tahap-tahap atau alur kegiatan analisis data disini mengacu pada yang dikemukakan Miles dan Huberman dalam Moleong (2001:190) bahwa : “analisis data terdiri dari tiga alur kegiatan, yaitu : reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi”. Tetapi sebelum dilakukan tiga alur analisis tersebut, dilakukan analisis pendahuluan, yaitu pengumpulan data. Sedangkan rincian dari setiap alur kegiatan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Pengumpulan data
2. Reduksi data : proses pemilihan pemusatan perhatian dan penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data dengan cara sedemikian rupa sehingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya dapat ditarik.
3. Penyajian data sebagai sekumpulan informasi yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.
4. Penarikan kesimpulan atau verifikasi data yang telah di peroleh di lapangan dan disajikan sedemikian rupa kemudian dilakukan penafsiran atau analisis terhadap data tersebut untuk memperoleh hasil yang sebenarnya dengan menggunakan metode tertentu.

Dengan demikian, dalam penelitian kualitatif ini analisis datanya akan lebih banyak di dominasi oleh kata, kalimat serta jarang sekali menggunakan data yang berupa angka. Meskipun demikian, hal ini tidak menutup kemungkinan ditampilkannya tabel untuk mendukung kelengkapan data.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Penyajian Data.

1. Gambaran Umum Perusahaan

a. Sejarah Singkat Perusahaan

Secara garis besar sejarah perkembangan PT. Pos Indonesia (persero) dibagi dalam beberapa tahap yaitu:

a. Masa Kompeni dan Bataafshehe Republik

Kedatangan bangsa Belanda sekitar tahun 1596 yang dipimpin oleh Cornelis De Houtman telah mengawali perkembangan pos yang ada di Indonesia pada saat surat-surat dikirimkan kepada raja-raja Banten. Untuk memperlancar pengiriman surat didirikan kantor pos pertama di Batavia oleh Gubernur Jendral G.W Baron Van Imboff. Jalur yang digunakan masih jalur laut karena pada saat itu masih banyak jalur darat yang dikuasai oleh kerajaan-kerajaan di Indonesia.

b. Masa Penjajahan Inggris

Pada masa penjajahan Inggris proses pengiriman surat dilakukan dengan berkuda dan berkereta, namun setelah adanya peraturan yang dikeluarkan Raffles yang dikenal dengan "*Regulation For The Post Esthilisme On The*

Island Of Java”, maka pengiriman surat melalui berkuda dan berkereta ditiadakan.

c. Masa Penjajahan Belanda (1816-1942)

Pada saat penjajahan Belanda peraturan pengiriman surat dengan berkuda dan berkereta diberlakukan kembali. Peraturan Pos yang mencolok tirade pada tahun 1940. Saat itu Sir Rewland (orang Inggris) mengusulkan persamaan tarif yang disebut “Peny Post” yaitu suatu premi untuk tiap-tiap surat dalam negeri. Bersamaan dengan itu, untuk mempermudah pengiriman surat, maka dikeluarkan perangko sehingga aturan-aturan porto surat yang dibayar oleh penerima surat ditiadakan.

Pada tahun 1874 diadakan pertemuan untuk membicarakan tentang pengiriman pos, pertemuan ini merupakan kongres pertama kali dan berhasil membentuk organisasi yang dinamakan Universal Pos Union (UPU) yang mana kongres tersebut diprakarsai oleh pejabat-pejabat pos dari 22 negara peserta. Kongres ini merupakan titik awal di bidang komunikasi hingga kemudian dibentuklah dinas Telegrap dan Telepon (PTT). Pada tahun 1920 kantor pos pusat PTT yang semula berada di Gambir dipindahkan ke Bandung dengan nama Dinas Pekerjaan Umum.

Selain menggunakan jalur darat dan laut, pada saat ini dibuka jalur pengiriman surat menggunakan jalur udara. Adapun jalur pertama kali yang digunakan adalah jalur Batavia-Bandung dan Batavia-Semarang.

d. Masa Penjajahan Jepang

Pada saat itu belum ada perubahan yang mendadak dalam bidang pos, metode pengiriman dan penerimaan surat-surat kawat menggunakan tulisan latin serta katakana (Jepang). Sedangkan hubungan melalui telegraf tetap digunakan oleh maskapai telegraf yaitu akoasi Denki (KK), namun pada tahun 1944 hubungan ini ditiadakan karena kekurangan peralatan dan banyak saluran darat hubungan cepat yang belum diperbaiki.

e. Masa Kemerdekaan (1945-s/d Sekarang)

Pada tanggal 27 September 1945 di Bandung terjadi perebutan kekuasaan atas Kantor Pusat PTT dari tangan penguasa Jepang oleh para pemuda PTT yang tergabung dalam angkatan muda PTT. Masa kemerdekaan ini banyak arsip dan dokumen penting yang hancur karena terjadi perang. Walaupun demikian jawatan Pos, Telegraf dan Telepon (PTT) beserta para pegawainya berperan sangat besar dalam menegakkan dan mempertahankan kemerdekaan.

Setelah kemerdekaan sesuai dengan UU No. 19 Prp Tahun 1960, maka semua perusahaan yang seluruh modalnya merupakan kekayaan negara baik yang terjadi karena pemisahan dari kekayaan negara maupun terjadi karena

nasionalisasi berdasarkan UU No. 86 Tahun 1958 (Lembaran Negara Tahun 1958 No 162) menjadi perusahaan negara (PN). Jawatan PTT yang diatur dengan ordonasi tgl 28 Desember 1931 dianggap memenuhi syarat dijadikan PN, maka dikeluarkan P No 240 Th 1961 pada tgl 21 Desember 1961. Namun peleburan dan pengalihan jawatan PTT kedalam PN yaitu Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi dan Pariwisata pada tanggal 13 Agustus 1964 Nomor UM / 11 / 7 yang menetapkan struktur baru bagi PN Postel. Tujuan dari PN Postel ialah turut membangun ekonomi nasional dengan mengutamakan kebutuhan rakyat dan ketentraman serta ketenangan kerja perusahaan menuju masyarakat adil dan makmur materiil dan spirituil. Sedangkan lapangan usahanya adalah berusaha di bidang penyelenggaraan pos dan telekomunikasi.

Pada tahun 1965 dengan semakin berkembang pesatnya baik intensif maupun ekstensif lapangan usaha, serta agar diperoleh kebebasan bergerak yang lebih luas dalam mengembangkan usaha. Maka dikeluarkan peraturan pemerintah yang membagi PN Postel menjadi dua perusahaan yaitu PP No 29 Tahun 1965 tentang didirikannya PN Telekomunikasi. Namun ketentuan ini baru berlaku setelah turunnya SK Menteri tgl 15 November 1965 No. U 14/8.

Pada saat pemerintahan orde baru karena dirasakan adanya kepincangan dan kelemahan-kelemahan yaitu adanya perbedaan dalam bentuk, status hukum, struktur organisasi, sistem kepegawaian dan keuangan dari perusahaan-

perusahaan yang ada. Kemudian keluarlah instruksi Presiden No.17 Tahun 1967 yang menggariskan kebijaksanaan untuk menggolongkan usaha-usaha negara secara tegas dalam tiga bentuk yaitu Perusahaan Jawatan, Perusahaan Umum dan Perusahaan Perseroan sebagai kelanjutan dari Inpres diatas ditetapkan UU No 9 Tahun 1969 tentang bentuk usaha negara.

PN Pos dan Giro yang didirikan dengan PP No.29 Tahun 1965 merupakan usaha negara yang belum digolongkan ke dalam salah satu bentuk perusahaan seperti yang dimaksud oleh UU No.9 Tahun 1969. Dimana kemudian PN Postel digolongkan menjadi Perum dengan singkatan Perum Pos dan Giro berdasarkan PP No.9 Tahun 1978. Pada perkembangan selanjutnya sebagai konsekuensi dengan diundangkannya PP No.3 Tahun 1983 tentang tata cara pembinaan dan pengawasan Perusahaan Jawatan (Perjan), Perusahaan Umum (Perum), dan Perusahaan Perseroan (Persero). Sebagaimana telah diubah dengan peraturan pemerintah No.28 Tahun 1983, maka pengaturan Perum Pos dan Giro yang didirikan dengan PP No.9 Tahun 1979 perlu disesuaikan sehingga dikeluarkan PP No.24 Tahun 1984. Selanjutnya pada tanggal 20 Juli 1995 dengan PP No.5 Tahun 1995 Perum Pos dan Giro disempurnakan lagi menjadi PT. Pos Indonesia (Persero) sampaim sekarang.

b. Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan.

PT. Pos Indonesia (Persero) yang berkembang sejalan dinamika perkembangan masyarakat Indonesia dan dunia dituntut untuk bersikap proaktif mengantisipasi perubahan terutama dalam memberikan pelayanan pos kepada masyarakat. PT. Pos Indonesia (Persero) pada dasarnya senantiasa berupaya untuk meningkatkan mutu layanan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan dengan memperhatikan efisiensi, efektivitas dan produktivitas sumber daya serta kemampuan perusahaan untuk mencapai laba melalui pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi. Keinginan tersebut tergambar dalam visi, misi dan budaya yang diemban oleh PT. Pos Indonesia (Persero).

Visi PT. Pos Indonesia (Persero) Malang yaitu Menjadi perusahaan Pos yang berkemampuan memberikan solusi terbaik dan menjadi pilihan utama stakeholder domestik maupun global dalam mewujudkan pengembangan bisnis dengan pola kemitraan, yang didukung oleh sumber daya manusia yang unggul dan menjunjung tinggi nilai.

Misi PT. Pos Indonesia (Persero) Malang Memberikan solusi terbaik bagi bisnis, pemerintah dan individu melalui penyediaan system bisnis dan layanan komunikasi tulis, logistik, transaksi keuangan, dan filateli berbasis jejaring terintegrasi, terpercaya dan kompetitif di pasar domestik global.

Keyakinan Dasar PT. Pos Indonesia (Persero) adalah Karyawan yang bertalenta (*Talented people*). Keunggulan layanan (*Excellence Service*), Nilai-nilai bagi Kastamer (*Customer Values*) dan pertumbuhan kinerja keuangan yang tinggi dan berkelanjutan (*Sustainable Outstanding Financial Performance*).

Nilai-nilai Dasar PT. Pos Indonesia (Persero) adalah regangkan tujuan (*Stretching Goals*), Integritas (*Integrity*). Berfikir kesisteman (*System Thinking*). Berani dan bertanggungjawab (*Courage and Responsible*), dan penghargaan berbasis kinerja (*Reward based on performance*).

c. Letak Geografis Wilayah Kerja

Lokasi perusahaan PT.Pos Indonesia Kota Malang berada di Jalan Merdeka Selatan No.5 Malang, sebelumnya kantor ini berkedudukan di Jalan Basuki Rahmat Malang. Pemindehan lokasi dilakukan pada tanggal 10 April 1975 dengan alasan :

1. Meningkatkan volume pegawai, baik kuantitas maupun kualitas pegawai.
2. Mudah dijangkau oleh masyarakat dari segala penjuru.
3. Sangat strategis karena terletak di pusat kota.

Adapun batas-batasnya sebagai berikut :

- Sebelah Utara : Alun-alun
- Sebelah Selatan : Kantor Perum Pegadaian
- Sebelah Barat : Hotel Pelangi
- Sebelah Timur : Kantor Perbendaharaan dan Kas Negara

Secara geografis wilayah kerja PT.Pos Indonesia meliputi Kota dan Kabupaten Malang. Dengan Situasi Geografis sebagai berikut :

1. Kota Malang

Terletak pada ketinggian 440-667 meter diatas permukaan laut, berhawa sejuk dan kering dengan kelembaban udara 72%, suhu rata-rata 24° dengan luas wilayah yaitu 118,57 Km². Batas wilayah kota Malang adalah sebagai berikut :

- Utara : Kecamatan Singosari dan Karang Ploso Kabupaten Malang.
- Timur : Kecamatan Pakis dan Tumpang Kabupaten Malang.
- Selatan : Kecamatan Tajinan dan Pakisaji Kabupaten Malang.
- Barat : Kecamatan Wagir dan Dau Kabupaten Malang.

2. Kabupaten Malang

Terletak pada ketinggian berkisar antara 300 M² sampai dengan 1120 M² diatas permukaan laut dengan kelembaban udara 79% dan luas wilayah yaitu 331,605 Km². Batas wilayah Kabupaten Malang adalah sebagai berikut :

- Utara : Kabupaten Jombang, Mojokerto dan Pasuruan.

Timur : Kabupaten Probolinggo dan Lumajang.

Selatan : Samudra Hindia.

Barat : Kabupaten Blitar dan Kediri.

d. Struktur Organisasi dan Deskripsi Jabatan.

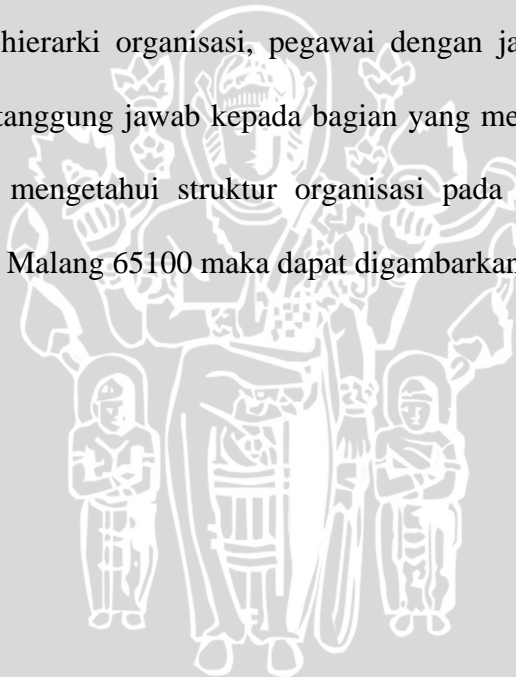
1. Struktur Organisasi.

Struktur organisasi merupakan suatu hal yang sangat penting artinya bagi setiap badan usaha. Struktur organisasi pada dasarnya merupakan mekanisme formal dimana suatu organisasi dikelola, yang menunjukkan kerangka dan susunan hubungan diantara fungsi-fungsi, bagian maupun orang-orang yang mempunyai kedudukan, tugas, wewenang dan tanggung jawab yang berbeda-beda dalam suatu organisasi.

Struktur organisasi PT.Pos Indonesia (Persero) Kota Malang berkembang secara dinamis karena didorong faktor internal dan eksternal. Struktur organisasi PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Malang 65100 masih bersifat sentralisasi. Jadi semua keputusan kebijakan (policy) dan wewenang menjadi tanggung jawab kepala kantor. Struktur organisasi di PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Malang 65100 ditetapkan dalam suatu keputusan tersendiri dengan mengikuti pola struktur fungsional dan staff. Secara keseluruhan PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Malang 65100 dipimpin oleh seorang kepala kantor yang dibantu wakil kepala kantor.

Struktur organisasi diperlihatkan dengan cara yang ringkas diantaranya dengan suatu bagan organisasi. Bagan organisasi akan menunjukkan bagaimana pekerjaan akan dialokasikan pada jabatan-jabatan tertentu dalam tiap-tiap seksi, juga akan menunjukkan mata rantai perintah dan jalur komunikasi formal dalam organisasi. Dan struktur organisasi yang baik akan dapat mengatur serta membagi tugas dan wewenang pada masing-masing bagian sesuai tugas dan tanggung jawabnya.

Berdasarkan hierarki organisasi, pegawai dengan jabatan lebih rendah secara otomatis bertanggung jawab kepada bagian yang memiliki jabatan yang lebih tinggi. Untuk mengetahui struktur organisasi pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Malang 65100 maka dapat digambarkan sebagai berikut :





2. Deskripsi Jabatan

Adapun tugas dan tanggung jawab dari masing-masing bagian yang ada di PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Malang 65100 adalah sebagai berikut:

a. Kepala Kantor

Tugas-tugas kepala kantor adalah sebagai berikut :

1. Memimpin Kantor Pos yaitu membina PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Malang 65100 dalam rangka memberikan pelayanan kepada masyarakat luas.
2. Mengawasi uang dan benda pos materai yang dipegang bendaharawan, serta mengawasi benda-benda inventaris perusahaan.
3. Membuka kerjasama dengan inventaris lain.
4. Menetapkan kebijaksanaan untuk efisiensi kegiatan operasional yang dituangkan dalam peraturan atau instruksi kantor sepanjang sesuai dengan ketentuan kantor.
5. Mewakili dan menandatangani untuk dan atas nama PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Kota Malang 65100 guna menyelesaikan urusan-urusan kantor dengan melakukan tindakan-tindakan sebagaimana mestinya dimaksud dalam surat kuasa dari kepala pos Indonesia.

b. Wakil Kepala Kantor Pos (WKPP)

Tugas-tugas pokoknya adalah :

1. Membantu tugas kepala kantor secara keseluruhan.
2. Mewakili kepala kantor dalam pemeriksaan kas bendaharawan beserta naskah-naskahnya.
3. Pengawasan kelancaran angkutan pos.
4. Pengawasan langsung pengumpulan data angka pembuatan statistik.
5. Mengatur perkembangan tutupan pos.

c. Auditor

1. Melakukan fungsi pengawasan secara menyeluruh terhadap bagian-bagian yang ada dalam perusahaan dan melakukan evaluasi kinerja perusahaan secara menyeluruh serta menyerahkan hasil tersebut pada kepala kantor.
2. Koordinasi dengan auditor eksternal dalam melakukan evaluasi kinerja keuangan maupun kegiatan operasional perusahaan.

d. Bagian Statistik

1. Mengisi data produksi dan pendapatan pada buku kas statistik.
2. Membuat laporan statistik surat pos yang diantar pada jadwal yang telah ditetapkan dari pusat.

3. Membuat laporan pengeluaran biaya perhitungan surat pos dinas bebas porto.
4. Membuat laporan data statistik produksi dan pendapatan.
5. Tugas-tugas lainnya yang diberikan oleh atasan langsung.

e. Staff Wakil Pos (WP)

1. Membantu daftar hadir pegawai.
2. Membuat laporan pegawai.
3. Membuat daftar dan membayarkan tunjangan loket atau uang lembur kepada pegawai.
4. Membayar gaji pensiun pegawai.
5. Mengatur pembagian dinas hari minggu.
6. Mengatur masalah cuti atau istirahat serta laporannya.

f. Supervisor / Progremer Teknologi

1. Memeriksa server local (loket) dan server Wasantara-Net.
2. Memeriksa buku pengawasan Wasantara-Net dan Warposnet (Administrasi dan Keuangan).
3. Koordinasi pelayanan komputerisasi pos dan pelayanan Wasantara-Net.
4. Koordinasi pemasaran dan pengembangan (Komputerisasi pos dan Wasantara-Net).
5. Administrasi data (Software).

6. Melayani kebutuhan aplikasi local.
7. Pembuatan laporan Wasantara-Net.

g. Manajer Akuntansi

1. Melaksanakan semua tugas yang didelegasikan oleh kepala kantor.
2. Bertanggung jawab di bagian akuntansi.
3. Memeriksa serta mengawasi pekerjaan dari asisten I dan asisten II.
4. Mengerjakan semua kegiatan akuntansi termasuk buku besar, harian kas, jurnal umum, jurnal kas masuk, dan jurnal kas keluar.
5. Mengawasi dan memeriksa buku pembantu hutang dan piutang.
6. Setiap akhir periode melakukan verifikasi atas semua jurnal-jurnal mengenai keuangan.
7. Setiap akhir periode melakukan tutup buku dan mengirimkan jurnal-jurnal dokumen sumbernya ke wilayah pos.
8. Memeriksa dan mengawasi kebenaran pengisian buku besar pada aktiva kewajiban, penyertaan, pendapatan, serta biaya.

h. Manajer pos peka waktu (PPW)

1. Menerima dan mengatur kilat khusus.
2. Mengawasi pekerjaan loket kilat khusus.
3. Menyelesaikan administrasi surat-menyurat dibagian tersebut.

i. Manajer Pelanggan I

1. Bertanggung jawab terhadap kelancaran operasional wesel pos.
2. Menandatangani wesel pos yang akan diantar ke alamat yang akan dituju.
3. Memeriksa kebenaran neraca pertanggungungan loket wesel.
4. Menangani operasional personal komputer manajer atau server wesel pos.
5. Membuat laporan bulanan wesel pos.
6. Membuat uji petik sortiran wesel pos dan layanan publik wesel pos dalam negeri maupun luar negeri.
7. Mengoperasikan komunikasi lewat E-mail menyangkut urusan wesel pos dan lainnya yang terkait.

j. Manajer Pelanggan II

1. Bertanggung jawab terhadap kelancaran operasional layanan giro dan tabanas.
2. Membuat buku perhitungan giro dan tabanas.
3. Mengirimkan cek pos yang diterima dari bagian rekening Koran Malang ke bagian puri maupun ke bagian ekspidisi untuk diantar.
4. Membuat laporan daftar penambahan dan pengurangan saldo hutang giro pos.

k. Manajer Keuangan

1. Mengawasi dan bertanggung jawab terhadap semua urusan persediaan benda pos untuk PT. Pos Indonesia (Persero) Malang.
2. Memegang uang kas, benda pos dan materai.
3. Mematuhi permintaan benda-benda pos.

l. Manajer Operasi

1. Mengawasi dan membantu bongkar muat kiriman pos.
2. Membuat neraca kirim-terima kiriman pos.
3. Membuat serah terima barang yang ada atau sisa dengan manajer pengganti.
4. Memeriksa buku pengawasan cap tanggal.
5. Pengawasan buku serah terima cap tanggal.
6. Mengawasi atau mengatur kelancaran tugas di bagian operasi.
7. Membuat daftar uang kawal pos.
8. Setiap satu bulan sekali membuat laporan waktu tempuh surat biasa atau kilat dan membuat atau merekapitulasi uang kawal pos selama satu bulan.

m. Kepala Unit Divisi Paket

1. Mengadakan, mengawasi dan bertanggung jawab atas penerimaan dan pengiriman pos paket.

2. Mengadakan pengawasan pembukuan dan penutupan kantor pos paket.
3. Menyelesaikan administrasi atau surat-menyurat.

n. Manajer Rekening Koran (SGG)

1. Bertanggung jawab terhadap kelancaran pelaksanaan tugas dibagiannya masing-masing.
2. Memeriksa ulang dan menandatangani jurnal regu masing-masing jenis rekening.
3. Menandatangani neraca gabungan.
4. Memeriksa ulang dan menandatangani tagihan-tagihan bea giro pos atau provisi yang telah dibuat oleh asisten manajer rekening Koran.
5. Memeriksa dan melakukan pencocokan uji saldo setiap akhir pekan.
6. Mengerjakan, memeriksa ulang dan menandatangani laporan mingguan dan bulanan.
7. Menyelesaikan masalah-masalah yang timbul dan mengambil keputusan dalam batas-batas wewenangnya.
8. Melaksanakan tugas lainnya dari kepala kantor.

o. Manajer Pemasaran

1. Mengawasi serta bertanggung jawab atas pekerjaan di bagian humas dan pemasaran.
2. Bertanggung jawab atas pengiriman dan penerimaan kiriman surat pos tercatat dan terdaftar.
3. Menyimpan kiriman berharga.

p. Manajer Distribusi dan Antar

1. Mengawasi semua surat pos yang meliputi surat pos biasa, kilat khusus tercatat, patas, denda, wesel pos biasa dan kilat khusus.
2. Melaksanakan dan mengawasi surat pos untuk kotak pos.
3. Melakukan pengawasan periodic.
4. Menyusun buku jalan antar
5. Mengadakan pemeriksaan kelengkapan pengantar pos.

q. Manajer Sumber Daya Manusia

1. Mengurus surat-menyurat atau agenda surat rahasia.
2. Mengetik dan mengurus pengiriman surat-surat rahasia.
3. Memeriksa konsep dari kepala bagian dan menandatangani surat-menyurat yang didelegasikan oleh kepala kantor.
4. Memelihara arsip secara teratur.
5. Perpustakaan kantor beserta laporannya.

6. Mengawasi ketertiban pengiriman naskah laporan dari bagian-bagian.

r. Manajer Unit Pelayanan (UPL)

1. Mengawasi seluruh kegiatan di kantor pos.
2. Mengawasi pekerjaan loket penerangan.
3. Memberikan penerangan terhadap pelanggan terkait dengan menerima surat-surat yang masuk dari agen pos, pos keliling kota, pos sekolah dan memberikan pelayanan terhadap benda pos dan materai pada para pelanggan yang membutuhkan informasi.

e. **Macam Layanan Produk Pos Peka Waktu Pada PT. POS INDONESIA**

Kota Malang.

1. Penjualan perangko dan penjualan formulir benda pos (warkat pos, kartu pos, amplop, materai, kertas segel).

2. Surat Pos Biasa

Surat pos biasa merupakan jenis layanan paling konvensional.

Pengirimannya menggunakan perangko dengan berat maksimum 2 Kg

dengan waktu tempuh maximal 1 minggu dari waktu kirim atau H+7

untuk dalam negeri dan 2 minggu atau H+14 untuk luar negeri dan

menjangkau wilayah dalam maupun luar negeri.

3. Surat Pos Kilat

Merupakan jenis pengiriman surat dan barang menggunakan perangko dengan berat maksimum 2 Kg dengan waktu tempuh 3-4 hari dari waktu kirim dengan jangkauan wilayah dalam negeri.

4. Surat Pos Kilat Khusus

Merupakan jenis pengiriman surat dan barang dengan berat maksimal 5 Kg dengan waktu tempuh 2-3 hari dan berlaku untuk wilayah dalam negeri. Keistimewaan layanan ini selain waktu pengiriman lebih cepat dari surat biasa, pengirim menerima resi sebagai bukti pengiriman surat ataupun barang dan asuransi sebagai ganti rugi atas keterlambatan pengiriman, kerusakan, kehilangan yang dialami pengirim jika ini terjadi.

5. Surat Tercatat

Merupakan jenis layanan yang syarat pengirimannya dengan menggunakan perangko sesuai dengan tujuan ditambah biaya catat. Wilayah jangkauan dalam dan luar negeri.

6. Express Plus

Merupakan jenis layanan pengiriman surat maupun barang ke luar negeri dengan menggunakan perangko dengan berat tidak terbatas dengan waktu tempuh maksimal H+6 dari waktu pengiriman dan jangkauannya lebih dari 200 negara dengan fasilitas jejak lacak.

7. Surat Perlakuan Khusus

Merupakan jenis layanan yang ditujukan untuk konsumen dengan volume kiriman banyak yang biasanya berupa dokumen atau barang berharga dimana proses pengiriman disesuaikan dengan keinginan konsumen dengan mengutamakan keamanan dan jaminan asuransi.

8. Surat Elektronik (Ratron)

Merupakan jenis layanan pengiriman surat dengan menggunakan teknologi yaitu dengan menggunakan mesin faximile dan penerima mendapatkan dalam bentuk sampul tertutup. Disamping itu disediakan juga layanan pengiriman ucapan simpati (Ratron Simpati) merupakan jenis layanan pemberitahuan singkat yang berisi ucapan atau pesan yang telah didesain sedemikian rupa untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan waktu tempuh maksimum 6 jam.

9. EMS

EMS merupakan jenis layanan pengiriman surat maupun barang dengan berat maksimal 20 Kg dengan tujuan ke luar negeri, menggunakan angkutan udara dengan waktu tempuh 3 X 24 Jam.

10. Surat Pos Pemerintah

Layanan ini ditujukan untuk instansi pemerintah dengan menggunakan penanganan khusus untuk menjamin keamanannya.

11. Perangko Berlangganan

Perangko berlangganan merupakan layanan pengiriman surat yang biasanya digunakan perusahaan atau instansi secara berlangganan.

12. Kotak Pos

Kotak pos merupakan jasa penyewaan kotak surat untuk masyarakat yang disediakan oleh pihak kantor pos dengan biaya sewa per bulan Rp.6000,-.

13. Bungkus Ulang

Bungkus ulang merupakan jasa pembungkusan ulang surat atau barang yang telah disediakan oleh kantor pos agar lebih aman dan terjamin.

14. Warpos-Net (Warung Pos dan Internet)

Warpos-Net (Warung Pos dan Internet) menyediakan benda pos dan penyewaan jasa internet selama 24 jam.

15. Pos Ekspres

Merupakan jenis layanan pengiriman surat dalam negeri esok hari diserahkan H+1 dengan fasilitas cepat, akurat, terdapat fasilitas jejak lacak dean dalam wilayah batas antar, dikirim sebelum jam 13.00

2. DATA FOKUS PENELITIAN

a. Upaya Pemanfaatan TI Yang Dilakukan PT. Pos Indonesia Dalam Pengembangan Jasa Pelayanan Publik:

1. Adanya Produk Yang Menggunakan TI.

Selama ini ada beberapa produk yang menggunakan TI yang ada pada PT. Pos Indonesia Kota Malang yaitu

a) Post Ekspres

Merupakan pelayanan pengiriman surat maupun barang dalam negeri dengan memiliki fasilitas jejak lacak dimana fasilitas tersebut memanfaatkan adanya TI. Manfaat dari TI dalam fasilitas jejak lacak ini adalah apabila kedatangan kiriman surat ataupun kiriman barang belum sampai maka dapat dilacak keberadaannya.

b) Express Plus

Merupakan layanan pengiriman surat maupun barang ke luar negeri yang juga memiliki fasilitas jejak lacak dimana pemanfaatan TI dalam fasilitas tersebut juga digunakan untuk mencari kiriman barang ataupun surat apabila terdapat adanya suatu keluhan dari pelanggan.

c) EMS

Merupakan suatu layanan pengiriman surat maupun barang ke luar negeri dengan waktu tempuh lebih cepat daripada menggunakan produk

ekspres plus dimana pemanfaatan TI juga berada pada fasilitas jejak lacak.

d) Surat Elektronik (Ratron)

Suatu layanan pengiriman surat atau pesan singkat dimana dalam penyampaiannya telah didesain sedemikian rupa dengan waktu penyampaian kiriman surat maksimal 6 jam dengan menggunakan teknologi mesin faximile yang merupakan pemanfaatan dari adanya Teknologi Informasi(TI).

e) Perlakuan Khusus (Costumized)

Dalam produk ini pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan pelanggan yang menggunakannya dan produk ini juga memiliki fasilitas layanan yang sama dengan produk yang lainnya dalam pemanfaatan TI yaitu fasilitas jejak lacak dengan manfaat yang sama.

f) Warpos-Net

Merupakan layanan yang disediakan oleh Pos dalam waktu 24 jam dimana dalam layanan ini terdapat benda-benda pos dan juga layanan internet. Dalam pemanfaatan teknologi internet sangat berperan besar bagi Pos, karena dengan adanya internet, maka Pos dapat dengan mudah mengetahui informasi-informasi yang baru yang menjadi penunjang bagi Pos dalam memenuhi kebutuhan para pelanggannya.

2. Peningkatan Kemampuan Pegawai

Dalam pemanfaatan TI peningkatan kualitas pegawai juga perlu dilakukan selama ini yang telah dilakukan oleh PT. Pos Indonesia Kota Malang untuk meningkatkan kemampuan pegawai menurut Bapak Junaidi adalah dengan melakukan :

- a. Pelatihan bagi pegawai.
- b. Mengadakan forum Sharing Day.

Tujuan dari pelatihan bagi pegawai pada umumnya adalah untuk :

1. Meningkatkan mutu, keahlian, ketrampilan dan pengabdian.
2. Menciptakan pola pikir yang sama.
3. Menciptakan dan mengembangkan metode atau cara kerja yang lebih baik.
4. Membina atau mengembangkan karier pegawai.

Menurut informasi dari Bapak Junaidi bahwa :

“Untuk pelatihan waktu yang dilakukan tidak tentu, tergantung dari biaya yang ada dan pelatihan itu biasanya berupa diklat-diklat yang melibatkan para pegawai sesuai dengan tugas masing-masing. Sedangkan untuk forum sharing day dilakukan 1 bulan sekali di Kantor Pos Malang, dimana melibatkan seluruh pegawai Kantor Pos yang bermanfaat untuk menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi para pegawai sekaligus sebagai tempat untuk bertukar informasi dan menambah pengetahuan antar para pegawai.”

Berikut ini penulis sajikan jumlah pegawai berdasarkan tingkat pendidikan

umum di lingkungan Kantor Pos Malang 65100 sbb:

**JUMLAH PEGAWAI PT POS INDONESIA KOTA MALANG 65100
BERDASARKAN PENDIDIKAN UMUM TAHUN 2006**

Tabel 4.1

NO	JABATAN	JUMLAH	PENDIDIKAN AKHIR
1	Kepala Kantor	1	S1
2	Wakil Kepala Kantor	1	S2
3	Auditor	1	S1
4	Statistik	1	S1
5	Staff WKP	4	S1 dan SMA
6	Supervisor	2	SMA
7	Manager Akuntansi	1	SMA
	- Asisten Manager	1	SMA
	- Jurnal BKH	1	SMA
8	Manager Bisnis Komunikasi	2	D3
	- Asman Locket	1	SMA
	- Locket PPW	10	SMA
	- Asman PURE	1	SMA
	- Pure PPW	5	SMA
9	Manager Biskuggen	1	D3
	- Asisten Manager	2	SMA
	- Locket	6	SMA
	- W 15	1	SMA
10	Manager Bendaharawan	1	SMA
	- Asman Bendaharawan	1	SMA
	- Staff Umum	1	SMA
	- Kasir	2	SMA
	- Asman Pensiun	4	SMA
11	Manager Operasi	2	SMA
	- Mandor / Supervisor	2	SMA
	- Sortir Surat Dalam Negeri	2	SMA
	- Sortir Surat Luar Negeri	1	SMA
	- Staff Umum	6	SMA
	- Pure Surat	2	SMA
	- Kawal Pos	4	SMA
12	Manager Bisnis Logistik	1	SMA
	- Asman Pel Keu Adm	1	SMA
	- Locket Paket Pos	2	SMA
	- Pelayanan Luar Negeri	1	SMA
	- Asman Pengelolaan	2	SMA
	- Antaran	2	SMA
	- Pure	4	SMA
	- Asman Lalu Bea	1	SMA
	- Staff Lalu Bea	2	SMA
13	Manager Sentral Giro (SGG)	1	SMA
	- Asman 1 (Urusan Pos)	1	SMA
	- Staff Umum I	4	SMA
	- Asman 2 (Urusaan Giro)	1	SMA
	- Staff Umum II	4	SMA
	- Register / Peralatan	1	SMA
14	Manager Pemasaran	1	S1
	- Staff PUKK	1	SMA
	- Staff Umum	2	SMA
	- Locket Filateli	1	SMA
	- Customer Service	1	SMA
15	Manager Distribusi dan Antaran	1	D3
	- Asisten Manager	1	SMA
	- Staff PO BOX	1	SMA
	- Locket Serah	1	SMA
	- Supervisor Antaran	1	SMA
	- Sortir Antaran	7	SMA
	- Antaran Terpadu	50	SMA
16	Manager SDM	1	D3
	- Personalia	1	SMA
	- Agendaris	1	SMA
	- Urusan Gaji	2	SMA
	- Asman Sarana, Staff, Arsip	4	SMA
	- Asman Transportasi, Staff, Sopir	12	SMA
17	Manager Unit pel luar	1	SMA
	- Neraca	1	SMA
	- Pengawasan Tabungan	1	SMA
	- Pengawasan EMS / Giro	1	SMA
	- Penghapusan W 15	1	SMA

Sumber PT Pos Indonesia Malang, 2006

Dilihat dari tingkat pendidikan jumlah karyawan PT. Pos Indonesia (persero) Kantor Pos Malang 65100 mayoritas semua lulusan SMA sisanya 4 orang lulusan D3, 5 orang lulusan S1 dan 1 orang lulusan S2.

Pegawai merupakan aset yang sangat penting bagi PT. Pos Indonesia (persero) Kantor Pos Malang 65100. Pegawai yang memiliki pengetahuan yang luas akan mendukung pelaksanaan tugas yang menjadi tanggung jawabnya, sehingga dapat meningkatkan kualitas layanan pada pelanggan.

b. Upaya PT. Pos Indonesia Dalam Meningkatkan Kualitas Produk Dalam Pengembangan Jasa Pelayanan Publik :

1. Memahami Persaingan

Untuk dapat lebih memahami pesaing yang bergerak di bidang yang sama yaitu bidang jasa khususnya jasa antaran surat menurut Bapak Junaidi ada beberapa hal yang dilakukan oleh PT. Pos Indonesia Kota Malang dalam memahami persaingan yaitu dengan melakukan :

a) Melihat produk yang ada pada pesaing.

Menurut Bapak Junaidi selaku Manager Pos Peka Waktu bahwa :

“Cara ini bagi Pos dirasa cukup mampu untuk tau kondisi dari para pesing Pos. Karena apabila kita tau produk apa yang digunakan oleh perusahaan lain untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, diharapkan kita dapat menggunakan produk yang berbeda dengan pesaing kita

dan sebisa mungkin produk yang kita gunakan itu lebih baik daripada milik pesaing”.

- b) Mengetahui kualitas produk yang diberikan pesaing bagi konsumen.

Kualitas produk merupakan hal yang penting untuk diperhatikan, karena apabila akan melakukan suatu pengembangan jika tidak memperhatikan kualitas dari produk yang telah dikembangkan, maka akan sia-sia pengembangan produk yang dihasilkan. Menurut Bapak Junaidi bahwa :

“Agar pengembangan produk yang dilakukan dapat mengungguli pesaing selain mengetahui produk apa yang digunakan oleh pesaing kita juga harus melihat dari segi kualitas. Jangan sampai kita melakukan pengembangan tetapi kualitas produk yang kita hasilkan lebih rendah dari para pesaing. Misalnya saja mengenai ketepatan penerimaan surat maupun barang kiriman itu juga salah satu yang menentukan sebuah produk itu berkualitas atau tidak. Jika ketepatan dalam penerimaan kiriman dapat dicapai, maka produk tersebut akan memiliki kualitas tinggi dimana banyak konsumen yang menggunakan produk tersebut dalam memenuhi kebutuhannya”.

- c) Mengetahui tarif yang diberlakukan oleh pesaing terhadap produk yang ditawarkan pada konsumen.

Tarif merupakan faktor utama yang dilihat oleh para pelanggan. Kebanyakan para pelanggan menginginkan pelayanan dengan tarif yang murah dengan fasilitas serta kualitas produk yang dapat memenuhi

kebutuhannya. Menurut Bapak Junaidi sebagai Manajer Pos Peka Waktu bahwa :

“Pos selama ini dalam mengungguli pesaing juga bersaing dengan masalah tarif. Saat ini tarif yang diberlakukan oleh Pos dapat dibilang lebih murah daripada tarif yang diberlakukan oleh pesaing. Ini bisa dilihat dengan masih banyaknya pelanggan yang menggunakan produk layanan jasa dari Pos. Pos memberikan tariff yang lebih murah dari pesaing dikarenakan misi Pos tidak hanya mencari keuntungan saja, tetapi juga memiliki misi sosial yang berorientasi untuk bisa memenuhi kebutuhan seluruh lapisan masyarakat baik masyarakat golongan atas, menengah dan kebawah”.

Dengan mengetahui 3 hal tersebut maka PT. Pos Indonesia Kota Malang dapat memiliki suatu gambaran apa yang harus dilakukan dalam menghadapi para pesaingnya. Seperti yang dikatakan Bapak Junaidi selaku Manajer Pos Peka Waktu Kantor Pos Malang bahwa :

“Untuk dapat melakukan peningkatan kualitas produk dan peningkatan kualitas yang dilakukan kelak tidak menjadi boomerang yang akan merugikan bagi kita, maka kita harus tau kemampuan dari pesaing kita.”

2. Pengembangan Produk Baru Dalam Jasa Pelayanan Publik.

Masih menurut Bapak Junaidi Agar peningkatan kualitas produk yang dilakukan dapat berhasil, maka dalam mengeluarkan produk baru hendaknya tidak sekedar ingin mengeluarkan produk baru untuk mengalahkan pesaing dan mendapat keuntungan yang banyak, tetapi juga

harus tahu bahwa produk baru yang dikeluarkan itu memang dibutuhkan oleh konsumen. Misalnya seperti yang dikatakan Bapak Junaidi bahwa :

“Munculnya produk Express itu lebih dikarenakan permintaan konsumen yang menginginkan waktu pengiriman surat itu lebih cepat daripada pengiriman surat biasa. Disini jelas bahwa PT. Pos Indonesia mengeluarkan sebuah produk sesuai dengan permintaan konsumen.”

Adapun macam layanan yang merupakan hasil dari peningkatan kualitas produk jasa dalam pelayanan publik pada Pos Peka Waktu adalah :

a) Kilat Khusus

Yaitu : Layanan pengiriman surat atau barang dengan waktu tempuh 2-3 hari yang berlaku untuk wilayah dalam negeri.

Kilat Khusus merupakan pengembangan dari produk pengiriman surat biasa dan surat pos kilat, dimana untuk surat pos biasa waktu tempuh pengiriman surat 7 hari untuk kiriman dalam negeri sedangkan produk pos kilat memiliki waktu tempuh 3-4 hari.

b) Pos Ekspres

Yaitu : Layanan pengiriman surat dalam negeri dengan waktu tempuh 1 hari dalam batas wilayah antaran dan terdapat fasilitas jejak lacak.

Produk ini hanya berlaku untuk wilayah kota favorit yang berada dalam wilayah kotamadya. Produk ini merupakan pengembangan dari produk kilat khusus dimana waktu tempuh pengiriman surat ataupun barang hanya 1 hari, lebih cepat daripada waktu tempuh kilat khusus.

c) EMS

Yaitu : Jenis layanan surat maupun barang dengan tujuan luar negeri dan menggunakan angkutan udara dengan waktu tempuh 3 hari.

Layanan ini merupakan pengembangan dari produk Ekspres Plus dimana waktu tempuh Express Plus 6 hari, lebih lama daripada EMS. Namun keduanya memiliki fasilitas yang sama yaitu memiliki fasilitas jejak lacak.

d) Perlakuan Khusus (Costumized)

Yaitu : Merupakan jenis layanan dimana dalam memberikan layanan disesuaikan dengan keinginan pelanggan dengan mengutamakan keamanan danjaminan asuransi.

Layanan ini merupakan pengembangan dari semua produk yang ada pada PT. Pos Indonesia Kota Malang dimana layanan yang diberikan sesuai dengan keinginan pelanggan yang menggunakan

produk ini. Sehingga dengan layanan ini, kebutuhan pelanggan yang belum dapat dipenuhi dengan produk lainnya akan terpenuhi dalam produk ini. Dan biasanya pelanggan yang menggunakan produk ini melakukan pengiriman dengan volume yang banyak.

Dan dalam memenuhi permintaan konsumen PT. Pos Indonesia juga harus mengetahui segmen pasar mana yang menjadi tujuannya. Dan tujuan segmen pasar dari PT. Pos Indonesia adalah seluruh lapisan masyarakat baik masyarakat kelas atas, masyarakat kelas menengah sampai masyarakat kelas bawah yang harus dilayani .

3. Perbaikan Produk

Selama ini PT. Pos Indonesia selain mengeluarkan produk baru guna memenuhi kebutuhan masyarakat, PT. Pos Indonesia juga melakukan perbaikan produk sebagai salah satu upaya dalam meningkatkan kualitas produk. Menurut Bapak Junaidi :

“Kalau masih ada produk lama dimana produk lama itu masih digunakan dan masih banyak konsumen yang menghendaknya meskipun sudah ada produk baru, untuk apa produk itu dilebur lebih baik kesempatan itu digunakan salah satunya dengan melakukan perbaikan produk agar konsumen tidak merasa bosan dan pindah ke produk yang baru, misalnya yang telah dilakukan PT. Pos Indonesia saat ini yaitu merubah tampilan gambar perangko setiap waktu.”

Selain perangko perbaikan produk juga nampak pada produk pengiriman surat dan barang, dimana yang semula produk tersebut

belum ada fasilitas jejak lacak sekarang dalam produk tersebut terdapat fasilitas jejak lacak yang memanfaatkan Teknologi Informasi agar untuk mempercepat pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

c. **Faktor Pendukung dan Penghambat Yang Dihadapi PT. Pos Indonesia Dalam Pemanfaatan Teknologi Informasi (TI) serta dalam peningkatan kualitas produk dalam pengembangan jasa pelayanan publik :**

Dalam upaya pemanfaatan TI serta dalam melakukan peningkatan kualitas produk dalam pelayanan publik dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain faktor pendukung dan faktor penghambat. Faktor pendukung bersifat positif dan memberikan kontribusi pada perusahaan dalam upaya pemanfaatan TI dan peningkatan kualitas produk yang dilakukan oleh PT. Pos Indonesia Kota Malang, karena itu faktor pendukung harus dikembangkan agar proses pemanfaatan TI serta peningkatan kualitas produk pelayanan publik dapat berjalan.

1. Faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi PT. Pos Indonesia Kota Malang dalam pemanfaatan TI dalam pengembangan jasa pelayanan publik:

a. Faktor Pendukung

Internal :

1) Adanya produk layanan yang menggunakan TI.

Dengan adanya produk layanan yang menggunakan TI seperti Pos Ekspres, Ekspres Plus, EMS, Surat Elektronik, membuat Teknologi Informasi yang ada pada PT. Pos Indonesia akan lebih sehingga layanan tersebut menjadi faktor pendukung dalam pemanfaatan TI.

2) Adanya sarana dan prasarana pendukung

Menurut Bapak Marsono sebagai salah satu staf Wakil Kepala Kantor Pos Malang (WP)

“TI digunakan untuk melengkapi fasilitas layanan sesuai dengan tuntutan pasar.”

TI yang telah diterapkan pada PT. Pos Indonesia Kota Malang agar lebih bermanfaat diperlukan adanya sarana dan prasarana pendukung.

Menurut Bapak Junaidi bahwa selama ini ada beberapa sarana dan prasarana pendukung baik yang berbasis komputer maupun tidak pada PT. Pos Indonesia Kota Malang yang berupa :

- a) 36 Kantor Pos cabang yang berada di kota Malang dengan rincian sebagai berikut :
 - 12 Kantor Pos dalam kota / Kotamadya.
 - 24 Kantor Pos di luar kota / Kabupaten.
 - 19 Agen Pos.

Adapun Kantor Pos Pembantu di Kantor Pos Malang sbb:

KANTOR POS PEMBANTU DI KANTOR POS MALANG 65100

Tabel 4.2

NO	KANTOR POS PEMBANTU	KODE POS
1	Kantor Pos Unibraw	65113
2	Kantor Pos IKIP	65114
3	Kantor Pos Malang Barat	65113
4	Kantor Pos Dinoyo	65144
5	Kantor Pos Unmer	65115
6	Kantor Pos Malang Selatan	65117
7	Kantor Pos Gadang	65149
8	Kantor Pos Rampal (Polehan)	65121
9	Kantor Pos Purwantoro	65122
10	Kantor Pos Blimbing	65125
11	Kantor Pos Tawangmangu	65112
12	Kantor Pos Sukun	65147
13	Kantor Pos Sengkaling	65151
14	Kantor Pos Karang Ploso	65152
15	Kantor Pos Singosari	65153
16	Kantor Pos Pakis	65154
17	Kantor Pos Tumpang	65156
18	Kantor Pos Kebon Agung	65161
19	Kantor Pos Kepanjen	65163
20	Kantor Pos Ngajum	65164
21	Kantor Pos Sumber Pucung	65165
22	Kantor Pos Kali Pare	65166
23	Kantor Pos Donomulyo	65167
24	Kantor Pos Sumber Manjing Kulon	65169
25	Kantor Pos Bulu Lawang	65171
26	Kantor Pos Wajak	65173
27	Kantor Pos Gondang Legi	65174
28	Kantor Pos Turen	65175
29	Kantor Pos Sumber Manjing Wetan	65176
30	Kantor Pos Bantur	65179
31	Kantor Pos Dampit	65181
32	Kantor Pos Ampel Gading	65183
33	Kantor Pos Batu	65300
34	Kantor Pos Pujon	65391
35	Kantor Pos Ngantang	65392
36	Kantor Pos Kasembon	65393

Sumber Data : PT. Pos Indonesia Kota Malang 65100

- b) Bis surat yang tersedia disemua kantor cabang dan tempat – tempat yang strategis.

Bis surat bermanfaat untuk penampungan surat yang akan dikirim yang biasanya berada di Kantor Pos cabang dan di jalan-jalan yang dianggap strategis atau tempat yang jauh dari Kantor Pos untuk mempermudah masyarakat melakukan pengiriman surat.

- c) Armada Pos

Armada merupakan sarana angkut yang digunakan oleh Pos untuk mengirim surat ataupun barang ke kota yang dituju dan juga dipergunakan untuk menyampaikan surat kepada alamat yang dituju. Tanpa adanya alat transportasi maka akan sulit bagi PT. Pos Indonesia Kota Malang untuk melakukan pengiriman surat maupun barang. Adapun sarana angkut yang dimiliki oleh PT. Pos Indonesia Kota Malang sebagai berikut :

Tabel sarana angkut Kantor Pos Malang :

**JUMLAH SARANA ANGKUT POS RODA 2 DAN RODA 4 PADA
PT POS INDONESIA KANTOR POS MALANG 65100
Juni 2006**

Tabel 4.3

NO	SARANA ANGKUT POS	JUMLAH
1.	Kendaraan Roda 2	102 Unit
2.	Kendaraan Roda 4/6	14 Unit

Sumber Data : Primer

d) Wasantara-Net yang buka 24 Jam.

Wasantara-Net merupakan sarana pendukung yang berbasis komputer yang merupakan Back-Up bagi seluruh layanan PT. Pos Indonesia Kota Malang dalam pemanfaatan TI. Selain internet merupakan jasa yang disewakan untuk masyarakat, dengan adanya internet Pos juga dapat menambah berbagai informasi baru sebagai masukan bagi PT. Pos Indonesia Kota Malang.

e) Komputer

Pelayanan yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia Kota Malang dari waktu ke waktu sangat beragam, oleh karena itu perusahaan berusaha merespon kebutuhan pelanggan dengan menggunakan sarana komputer. Menurut Bapak Kusmono selaku Manager sarana dan prasarana bahwa :

“Adanya sarana komputer dimaksudkan untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat, mengakuratkan data dari masyarakat dan untuk memadukan layanan. Dengan komputer diharapkan dapat membuat konsumen tidak menunggu lama mengingat semakin banyak masyarakat yang harus dilayani dengan cepat.”

Untuk meningkatkan layanan pada PT. Pos Indonesia Kota Malang, maka digunakan adanya sarana komputer. Hal ini dilakukan karena pihak PT. Pos Indonesia Kota Malang menyadari bahwa dengan layanan manual akan menghambat dan membutuhkan waktu yang banyak serta membuat konsumen menunggu lama.

Tabel sarana dan prasarana yang dimiliki Kantor Pos Malang sebagai berikut :

**SARANA DAN PRASARANA YANG DIMILIKI PT POS INDONESIA
KOTA MALANG 65100
Tabel 4.4**

NO	SARANA DAN PRASARANA	JUMLAH
1	Bis Surat	117 buah
2	Perlengkapan Bis Surat	342 buah
3	Timbangan Elektronik	12 buah
4	Timbangan dan Perlengkapannya	95 buah
5	Anak Timbangan	33 buah
6	Cap Tanggal Palu	159 buah
7	Tang	29 buah
8	Pintu Kotak Pos Pannel	1210 buah
9	Lemari Besi	13 buah
10	Peti Besi dan Peti Uang	86 buah
11	Tromol dan Tutup Pelindung Meja Uang	80 buah
12	Lemari Berpintu Gulung dan Lemari Dari Logam	76 buah
13	Kunci Gantung	122 buah
14	Alat-Alat Keamanan	29 buah
15	Alat Pendeteksi Bahan Peledak	11 buah
16	Alat Pengangkut	120 buah
17	Mesin-Mesin	19 buah
18	Mesin Hitung Dengan Tenaga Tangan	7 buah
19	Mesin Hitung Tenaga Listrik Dan Baterai	56 buah
20	Mesin Administrasi	4 buah
21	Perkakas	57 buah
22	Lampu	16 buah
23	Alat Telekomunikasi	37 buah
24	Alat Visual dan Perlengkapannya	2 buah
25	Alat Penyesuai Tegangan	1 buah
26	Kipas Angin dan AC	17 buah
27	AC	4 buah
28	Komputer dan Perlengkapannya	15 buah
29	CPU	44 buah
30	Monitor	51 buah
31	Keyboard	15 buah
32	Printer	34 buah
33	Disk Drive	10 buah
34	Tape Drive	2 buah
35	Hard Disk	35 buah
36	UPS	13 buah
37	Power Conditioner	11 buah
38	Fan	6 buah
39	Pheriperall	14 buah
40	LAN	39 buah
41	Kantung Pos	3116 buah
42	Tas Surat	420 buah
43	Keranjang Sortir dan Keranjang Pos	100 buah
44	Cap dan Perlengkapannya	458 buah
45	Portepel	30 buah
46	Bak Kayu	2 buah
47	Kursi dan Bangku	358 buah

Sumber Data : Sekunder

External :

- 1) Kebijakan dari pemerintah yang bisa jadi penunjang bagi PT. Pos Indonesia Kota Malang.

Misalnya seperti yang dikemukakan oleh Bapak Junaidi :

“Dengan adanya Publik Service Organization (PSO) maka pemerintah memberikan kompensasi pada perusahaan dengan tujuan menunjang misi sosial.”

Dengan adanya kompensasi yang diberikan oleh pemerintah, maka mempermudah bagi PT. Pos Indonesia untuk memenuhi keinginan pelanggan

b. Faktor Penghambat**Internal :**

- 1) Kemampuan SDM yang dimiliki masih kurang.

Pegawai Kantor Pos Malang belum semuanya menguasai ketrampilan kerjanya sehingga diperlukan adanya pengetahuan yang luas dari pegawai yang lebih paham akan hal tersebut agar pelayanan yang diberikanpun dapat diselesaikan dengan baik. Selain itu penggunaan alat-alat yang memiliki teknologi baru juga harus dikuasai oleh pegawai Pos agar pelayanan yang cepat, tepat dan akurat dapat diberikan kepada pelanggan.

- 2) Kemampuan perusahaan menyelenggarakan pelatihan sangat terbatas.

Pelatihan merupakan hal yang penting yang harus dilakukan pada pegawai untuk meningkatkan kemampuan pegawai. Namun, pada PT.Pos Indonesia Kota Malang pelatihan yang dilakukan masih bersifat sosialisasi karena terhambat dengan masalah biaya yang tidak dapat melakukan pelatihan dengan waktu yang tetap. Sehingga pelatihan dilakukan apabila biaya mencukupi saja.

- 3) Sarana dan prasarana Pos yang sudah perlu adanya pergantian.

Masih banyak sarana dan prasarana yang perlu dilakukan adanya pergantian untuk mempermudah para pegawai memberikan pelayanan terhadap konsumen sehingga para pegawai dapat bekerja dengan baik tanpa adanya hambatan. Misalnya saja komputer yang sudah ketinggalan jaman hendaknya diganti dengan komputer yang lebih canggih dan baru.

- 4) Sarana gedung yang kurang memadai.

Sarana gedung merupakan sarana yang paling penting untuk melakukan berbagai aktifitas kerja bagi sebuah perusahaan. Tanpa adanya sarana gedung yang memadai tidak mungkin aktifitas kerja dapat berjalan dengan lancar. Oleh sebab itu hendaknya sarana gedung yang

kurang memadai misalnya bangunan yang sudah tua hendaknya diperbaharui sehingga proses kerja dapat berjalan dengan lancar.

External :

- 1) UU No. 6 Tahun 1984 tidak berjalan sempurna.

Seperti yang dikatakan Bapak Junaidi bahwa :

“Dalam UU No. 6 Tahun 1984 jelas dikatakan bahwa Pos diberikan hak monopoli untuk menyelenggarakan surat, warkat pos, kartu pos, tapi pada kenyataannya banyak muncul perusahaan-perusahaan swasta sejenis yang bergerak di bidang yang sama sehingga banyak konsumen yang mengirim melalui media lain dimana ini dapat merugikan bagi PT. Pos Indonesia.”

Dari pernyataan tersebut terlihat jelas bahwa UU No. 6 Tahun 1984 tidak berjalan dengan sempurna sesuai dengan isinya.

- 2) Wajib angkut Pos sampai saat ini terabaikan.

Tidak berjalannya UU No. 6 Tahun 1984 dengan sempurna mengakibatkan wajib angkut bagi pos juga terabaikan. Karena Yang seharusnya memiliki kewenangan untuk melakukan pengangkutan pengiriman hanya pos saja, sekarang malah semakin banyak perusahaan lain yang juga melakukan hal yang sama. Menurut Bapak Junaidi bahwa:

“Dengan terbaikannya wajib angkut maka dalam hal pengangkutan pengiriman surat maupun barang Pos juga harus bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya, sehingga terkadang menyebabkan kiriman barang yang dilakukan pos menemui kendala dan akhirnya mengalami keterlambatan. Misalnya pada transportasi udara setiap barang yang dikirim

muatannya harus dibatasi sehingga tidak semua barang dari pos dapat terangkut belum lagi jika telah didahului oleh muatan dari perusahaan lain. Terkadang ada juga yang membayar dengan biaya yang lebih tinggi yang penting barang sampai lebih cepat dan ini biasanya dilakukan oleh perusahaan swasta sejenis. Oleh karena itu tarif yang diberlakukan oleh swasta terhadap konsumen juga lebih tinggi. Sedangkan Pos tidak dapat memberikan biaya yang lebih tinggi kepada pihak transportasi agar kiriman cepat sampai karena tidak adanya biaya sehingga menyebabkan pos harus antri dan adanya keterlambatan kiriman barang.”

3) Kurangnya promosi untuk produk yang memanfaatkan IT.

Tidak adanya promosi terhadap produk baru ataupun lama juga merupakan suatu hambatan bagi PT. Pos Indonesia Kota Malang karena dengan kurangnya promosi bisa saja produk atau layanan jasa tersebut tidak dapat dimanfaatkan oleh masyarakat karena banyak masyarakat yang tidak tahu akan adanya produk tersebut. Misalnya saja produk Ratron yaitu suatu produk pengiriman berita secara singkat melalui faximile yang jarang sekali orang mengetahui dan mempergunakan, padahal produk ini merupakan produk lama.

2. Faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi PT. Pos Indonesia dalam peningkatan kualitas produk dalam pengembangan jasa pelayanan publik bagi PT. Pos Indonesia Kota Malang menurut Bapak Marsono selaku staff WP Kota Malang yaitu :

a. Faktor Pendukung

Internal :

- 1) Adanya layanan produk costumize.

Kelebihan dari produk ini adalah setiap konsumen yang menggunakan produk ini pelayanannya disesuaikan dengan keinginan konsumen yang bersangkutan dan produk ini biasanya disebut dengan produk perlakuan khusus. Dengan adanya produk ini maka kualitas dari produk yang ada pada PT. Pos Indonesia Kota Malang dapat meningkat.

- 2) Manajemen yang lebih terbuka yang tidak bersifat Top Down lagi.

Dengan adanya kebijakan yang demikian ini, maka akan mempermudah untuk PT. Pos Indonesia Kota Malang melakukan peningkatan kualitas produk jasa layanan karena dengan adanya manajemen yang tidak bersifat top down lagi akan membuat PT. Pos Indonesia Kota Malang lebih mudah untuk berkreasi dan menentukan keinginannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Eksternal :

- 1) Adanya Pesaing

Dengan adanya para pesaing akan semakin memacu semangat PT. Pos Indonesia Kota Malang untuk dapat mengungguli para pesaingnya dengan meningkatkan kualitas produk serta pelayanannya, sehingga

konsumen tidak berpindah ke perusahaan pesaing lainnya. Menurut

Bapak Marsono bahwa :

“Mungkin tanpa adanya para pesaing PT. Pos Indonesia Kota Malang juga tidak akan mengalami suatu perubahan-perubahan untuk memperbaiki kekurangan yang ada. Tetapi dengan adanya pesaing Pos merasa takut untuk kalah sehingga Pos selalu berusaha mencari ide atau gagasan untuk lebih unggul dari para pesaing”.

b. Faktor Penghambat

Internal :

1) Aspek Legalitas dari sisi perijinan agak lama

Untuk mendapatkan keabsahan suatu produk yang baru itu membutuhkan waktu tidak sebentar. Karena suatu produk baru sebelum dipasarkan pada para konsumen akan terlebih dahulu dilakukan pertimbangan-pertimbangan oleh pihak terkait agar produk yang akan dikeluarkan tersebut dapat digunakan oleh konsumen dan tidak akan sia-sia. Misalnya seperti yang dikatakan oleh Bapak Marsono bahwa :

“Kalau kita mau menentukan tarif pada produk costumize, dimana produk tersebut juga merupakan hasil pengembangan, maka PT. Pos Indonesia Kota Malang tidak bisa menentukan sendiri tarif yang akan diberlakukan pada konsumen harus melalui pertimbangan dari KantorWilayah terlebih dahulu hal tersebut yang membuat pelayanan yang diberikan pada pelanggan agak sedikit terhambat.”

External :

1) Tuntutan masyarakat yang sulit untuk dipenuhi.

Keinginan masyarakat yang beraneka ragam membuat PT. Pos Indonesia Kota Malang kebingungan karena tuntutan tersebut. Karena meskipun telah melakukan pengembangan produk tetapi tidak semua keinginan dapat terpenuhi, sehingga menuntut PT. Pos Indonesia Kota Malang berusaha semaksimal mungkin untuk mengeluarkan inovasi-inovasi baru sehingga semua keinginan masyarakat dapat terpenuhi.

B. Analisis dan Interpretasi Data

- 1. Upaya pemanfaatan Teknologi Informasi (IT) yang dilakukan oleh PT. Pos Indonesia Kota Malang dalam mendukung pengembangan jasa pelayanan publik.**
 - a. Mengeluarkan produk yang menggunakan TI.**

TI menurut Martin (1999) yang dikutip oleh Makhдум Priyatno dan Anwar Sanusi “Tidaklah hanya sebagai teknologi untuk memproses dan menyimpan informasi yang berbasis pada komputer, namun juga

menggunakan teknologi komunikasi lainnya dalam rangka menyampaikan informasi atau pesan.” Dengan demikian maka TI juga merupakan suatu alat yang secara efektif dapat digunakan untuk mengkomunikasikan produk dan jasa yang ditawarkan oleh PT. Pos Indonesia Kota Malang kepada para konsumen. Melihat selama ini PT. Pos Indonesia Kota Malang sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa yang juga berkaitan dengan bidang komunikasi, maka agar dapat mengikuti perkembangan jaman TI harus diterapkan pada PT. Pos Indonesia Kota Malang. Dan agar TI yang diterapkan pada PT. Pos Indonesia Kota Malang dapat bermanfaat, maka PT. Pos Indonesia mengeluarkan produk jasa dimana produk dan jasa tersebut menggunakan manfaat daripada TI. Adapun produk jasa yang ada pada PT. Pos Indonesia Kota Malang yang mempergunakan TI adalah Post Express, Ekspres Plus, EMS, Surat Elektronik dan Perlakuan Khusus. Dimana untuk semua produk tersebut IT digunakan untuk fasilitas jejak lacak.

b. Peningkatan Kemampuan Pegawai

Kemajuan teknologi yang semakin berkembang hendaknya diikuti pula dengan kemampuan pegawai itu sendiri dalam menggunakan sarana teknologi yang tersedia. Karena sarana dan prasarana yang sifatnya teknologi akan sia-sia apabila pegawai tidak dapat mempergunakannya. Sebaliknya tanpa saran dan prasarana yang memadai pekerjaan akan terhambat dan

membutuhkan waktu yang lebih lama untuk menyelesaikannya. Untuk membentuk kualitas pegawai sesuai dengan tuntutan jaman, maka diperlukan serangkaian program untuk meningkatkan kualitas yang telah dimiliki oleh pegawai sebelumnya. Pelatihan adalah salah satu kegiatan yang selama ini dilakukan oleh PT. Pos Indonesia Kota Malang untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan pegawai. Dengan adanya pelatihan diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan dan kemampuan pegawai sebagai pemberi layanan kepada masyarakat. Sehingga dapat dikatakan bahwa pelatihan merupakan kegiatan yang sangat penting dalam proses pencapaian tujuan meskipun waktu pelatihan yang dilakukan oleh PT. Pos Indonesia Kota Malang tidak tentu. Adapun tujuan utama dari pelatihan adalah sebagai upaya peningkatan pengetahuan dan kemampuan pegawai. Dengan telah mengikuti pelatihan para pegawai diharapkan untuk dapat menggunakan ilmu dan ketrampilannya yang didapat dari pelatihan. Oleh karena itu efektivitas pelayanan sangat bergantung dari kualitas sumber daya manusia yang berperan di dalamnya.

Cara meningkatkan kemampuan pegawai yang dilakukan oleh PT. Pos Indonesia Kota Malang selain mengadakan pelatihan juga dengan mengadakan Forum Sharing Day yang diadakan 1 bulan sekali dimana tujuan dari forum ini juga sama dengan pelatihan hanya saja Forum Sharing

Day dilakukan dengan waktu yang tidak tentu, bertempat di Kantor Pos Malang dan diikuti oleh seluruh pegawai , sedangkan pelatihan hanya diikuti oleh pegawai tertentu saja sesuai dengan tugasnya dan untuk Kantor Pos Cabang setiap 1 bulan sekali dilakukan rapat yang bertempat di Kantor Pos Malang.

2. Upaya PT.Pos Indonesia Kota Malang dalam meningkatkan kualitas produk dalam pengembangan pelayanan publik.

a. Memahami Persaingan.

Kelemahan dan kekuatan pesaing mempengaruhi konsumen dan merupakan peluang untuk memperoleh keunggulan bersaing. Untuk dapat bersaing dengan perusahaan sejenis yang bergerak dibidang jasa, PT. Pos Indonesia Kota Malang harus mengenal gerak para pesaingnya. Selama ini yang telah dilakukan oleh PT. Pos Indonesia Kota Malang untuk memahami para pesaingnya yang bergerak di bidang yang sama yaitu dengan melakukan analisa terhadap pesaingnya dengan cara melihat produk dan jasa yang ada pada pesaing. Dimana dengan mengetahui produk dan jasa yang digunakan oleh pesaing, maka itu merupakan kesempatan untuk PT. Pos Indonesia Kota Malang bisa mengungguli produk dan jasa yang telah digunakan oleh para pesaing.

Selain melihat produk dan jasa dari para pesaing PT. Pos Indonesia Kota Malang juga memperhitungkan segi kualitas. Sehingga dengan kualitas yang baik dan produk yang lebih unggul dari milik pesaing tentunya diharapkan konsumen akan beralih ke produk dan jasa yang ada pada PT. Pos Indonesia dimana tarif yang diberlakukannyapun juga harus memadai atau yang dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat. Karena selama ini apabila ada suatu produk dan jasa yang lebih unggul baik dari segi fasilitas, kecepatan, ketepatan dan keamanan dibandingkan dengan produk sebelumnya, maka biasanya tarif yang diberlakukanpun sangat mahal. Sehingga yang dapat menggunakan produk dan jasa tersebut hanyalah orang-orang atau kalangan-kalangan tertentu saja yang mampu.

Disini PT. Pos Indonesia Kota Malang sebagai salah satu BUMN yang merupakan salah satu pelaku ekonomi dalam sistem perekonomian nasional yang bertujuan untuk meningkatkan kekuatan ekonomi nasional juga dituntut untuk memberikan kemanfaatan umum berupa penyediaan barang dan atau jasa yang bermutu tinggi dan memadai bagi pemenuhan hajat hidup orang banyak (UU BUMN Pasal 1 Ayat 2)

b. Pengembangan Produk Baru Pada Jasa Pelayanan Publik

Pengembangan produk merupakan suatu keharusan bagi PT. Pos Indonesia Kota Malang karena sekarang masyarakat pengguna jasa pos

cenderung menghendaki layanan yang lengkap sekaligus untuk meningkatkan pendapatan perusahaan. Hal tersebut disadari oleh pihak pos dengan mengadakan terobosan-terobosan baru dalam rangka meningkatkan pelayanan kepada masyarakat.

c. Perbaikan Produk

Pangsa jasa pos pada dasarnya mengikuti suatu kondisi yang progresif. Artinya, pangsa pasar itu berkembang sesuai kebutuhan masyarakat yang harus dilayani. Oleh karena itu, PT.Pos Indonesia Kota Malang harus mempunyai strategi untuk meningkatkan dan memantapkan pelayanan. Salah satu strategi yang telah dilakukan oleh PT. Pos Indonesia Kota Malang adalah dengan melakukan peningkatan kualitas produk melalui perbaikan produk yang diharapkan mampu untuk menambah mutu dari produk tersebut agar lebih berkualitas. Selain itu, dengan adanya perbaikan produk diharapkan bisa memberikan kepuasan kepada konsumen, mampu menjangkau seluruh wilayah dan seluruh lapisan masyarakat tentunya disertai juga dengan sumber daya manusia yang berkualitas tinggi dengan pemanfaatan teknologi. Selain itu, motif dibalik pelaksanaan diversifikasi menurut Nijman dan Wolk (1983 : 143) adalah :

1. Hasrat untuk menyesuaikan produksi dengan keinginan konsumen, secara optimal.

2. Hasrat untuk bertumbuh.
3. Usaha mencapai stabilitas.
4. Usaha mencapai “input” yang optimal daripada sumber dan kapasitas.
5. Hasrat umum untuk kelanjutan usaha.
6. Motif non ekonomis.

Dari keenam motif diatas, pelaksanaan pengembangan selain untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan dari serangan para pesaing, juga untuk mempertahankan pelanggan dan diharapkan dengan dilaksanakannya pengembangan perusahaan akan mendapatkan laba yang besar.

3. Faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi oleh PT. Pos Indonesia Kota Malang dalam pemanfaatan Teknologi Informasi (IT) serta peningkatan kualitas produk dalam pengembangan jasa pelayanan publik.

Dalam upaya pemanfaatan TI serta meningkatkan kualitas produk dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain faktor pendukung dan faktor penghambat. Faktor pendukung bersifat positif dan memberikan kontribusi pada perusahaan dalam upaya pemanfaatan TI serta meningkatkan kualitas produk yang dilakukan oleh PT. Pos Indonesia Kota Malang, karena itu

faktor pendukung harus dikembangkan agar proses pemanfaatan TI serta peningkatan kualitas produk dapat berjalan dengan baik

a. Faktor Pendukung

Faktor penghambat tidaklah selalu menjadi suatu beban bagi pemanfaatan TI serta peningkatan kualitas produk jasa pelayanan publik. Karena upaya pemanfaatan TI serta peningkatan kualitas produk jasa pelayanan publik dapat diatasi atau diminimalisir. Faktor pendukung merupakan salah satu hal yang menentukan berhasilnya pelaksanaan pemanfaatan TI serta peningkatan kualitas produk jasa pelayanan publik. Faktor pendukung dalam pelaksanaan pemanfaatan TI serta peningkatan kualitas produk jasa pelayanan publik terdiri dari 2 faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

Untuk faktor pendukung internal dalam pemanfaatan TI yaitu adanya produk layanan yang menggunakan TI pada PT. Pos Indonesia Kota Malang yaitu layanan pengiriman surat ataupun barang Post Ekspres, Ekspres Plus, EMS, Surat Elektronik dan Customized. Selain itu adanya sarana dan prasarana baik yang berbasis komputer maupun tidak juga menjadi suatu faktor pendukung dalam pemanfaatan TI. Misalnya saja alat transportasi, layanan internet yang digunakan sebagai sarana untuk mempermudah

layanan dan juga digunakan untuk melaksanakan kemitraan bisnis dengan perusahaan-perusahaan lain.

Dalam sebuah organisasi kegiatan admisintrasi itu selalu ada, karena administrasi merupakan hal yang penting untuk mencapai suatu tujuan organisasi yang telah ditentukan sebelumnya. Administrasi menurut Sondang Siagian yaitu “Merupakan keseluruhan proses kerjasama antara dua orang manusia atau lebih yang didasarkan rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.” Dalam beberapa unsur administrasi menurut Miftah Thoha (1983:25-31) terdapat unsur perbekalan dimana perbekalan merupakan kegiatan yang mengurus tentang barang-barang perbekalan yang dapat membantu terlaksananya suatu kegiatan dari sekelompok orang untuk mencapai tujuan tertentu. Disini perbekalan juga merupakan sarana dan prasarana bagi organisasi sebagai faktor penting dalam kelancaran pelaksanaan pekerjaan. Tanpa adanya sarana dan prasarana yang mencukupi bukan tidak mungkin dapat menghambat proses kerja pegawai, sehingga layanan yang diberikan tidak dengan cepat didapat. Sarana dan prasarana yang tersedia di PT. Pos Indonesia Kota Malang berdasarkan informasi dan wawancara yang didapat bahwa ketersediaan sarana dan prasarana yang ada dikatakan cukup meskipun belum optimal. Seperti yang kita ketahui di jaman yang semakin berkembang ini dimana

kemajuan teknologi semakin meningkat, maka PT. Pos Indonesia juga harus dapat menyesuaikan diri dengan perkembangan yang ada.

Perkembangan teknologi merupakan salah satu alat penunjang untuk mengelola dan menyelesaikan pekerjaan dengan efisien, sehingga dengan berkembang pesatnya teknologi alat pengolah data dan teknologi alat komunikasi, maka layanan jasa masyarakat yang memerlukan dukungan data dan informasi mengalami kemajuan pesat. Sehingga syarat informasi yang baik menurut Parker yang dikutip oleh Kumorotomo dan Margono (1994:11-12) yaitu Ketersediaan, Mudah dipahami, Relevan, Bermanfaat, Tepat waktu, Kehandalan, Akurat dan Konsisten dapat terpenuhi dengan baik pula. Selain itu peran dan posisi IT juga sangat penting bagi setiap organisasi termasuk PT. Pos Indonesia Kota Malang karena salah satu dari peran dan posisi IT adalah meningkatkan pelayanan publik, meningkatkan efisiensi dalam organisasi dan sebagai faktor pendorong pertumbuhan ekonomi.

Sedangkan untuk faktor pendukung eksternal dalam pemanfaatan IT bagi PT. Pos Indonesia Kota Malang adalah dengan adanya kebijakan dari pemerintah yang memberikan tunjangan terhadap perusahaan sebagai perusahaan publik service, memudahkan PT. Pos Indonesia untuk mengembangkan usahanya karena adanya dukungan dari pemerintah.

Adapun faktor pendukung internal dalam meningkatkan kualitas produk jasa pelayanan publik adalah adanya layanan produk costumize pada Pos Peka Waktu. Dengan adanya layanan costumize diharapkan PT. Pos Indonesia Kota Malang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat karena produk costumize tersebut pelayanannya disesuaikan dengan keinginan masyarakat yang akan menggunakan layanan jasa tersebut. Maka dengan adanya peningkatan kualitas produk jasa pelayanan publik diharapkan kebutuhan dan keinginan masyarakat dapat terpenuhi sehingga peningkatan kualitas produk yang dilakukannyapun dapat bermanfaat. Selain itu, dengan adanya manajemen yang lebih terbuka yang tidak selalu menunggu keputusan dari pusat (Top Down) mempermudah serta mempercepat adanya proses peningkatan kualitas produk jasa pelayanan publik.

Untuk faktor pendukung eksternal dalam melakukan peningkatan kualitas produk jasa pelayanan publik yaitu dengan adanya pesaing. Karena dengan adanya pesaing diharapkan PT. Pos Indonesia akan selalu berusaha mengeluarkan gagasan atau ide-ide baru untuk mengeluarkan produk-produk baru agar PT. Pos Indonesia dapat mengungguli para pesaingnya sehingga tidak kalah dengan pesaing dan para pelanggan yang menjadi pelanggan pos tidak akan berpindah kepada perusahaan milik pesaing. Dengan adanya

pesaing membuat pos berusaha selalu melakukan perubahan dan pembenahan agar tidak kalah dengan pesaing perusahaan sejenis.

b. Faktor Penghambat

Setelah dilakukan penelitian ternyata masih banyak kendala yang dihadapi PT. Pos Indonesia Kota Malang 65100 dalam pemanfaatan TI serta dalam meningkatkan kualitas produk jasa pelayanan publik. Kendala ini ada beberapa faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Setelah penelitian dilakukan, peneliti menemukan kendala-kendala internal yang dihadapi dalam pemanfaatan TI yaitu kemampuan SDM yang dimiliki masih kurang. Pegawai Kantor Pos Malang belum semuanya menguasai ketrampilan kerjanya, sehingga diperlukan adanya pengetahuan yang luas dari pegawai yang lebih paham akan hal tersebut. Penguasaan bidang teknologi khususnya yang masih rendah juga memperlambat gerak untuk memberikan pelayanan. Selain itu kemampuan perusahaan menyelenggarakan pelatihan untuk menambah wawasan pegawai sangat terbatas dikarenakan minimnya biaya yang dimiliki. Sarana dan prasarana pos yang perlu diganti dan tidak memadai juga merupakan suatu penghambat dalam pemanfaatan TI.

Sedangkan faktor penghambat internal dalam peningkatan kualitas produk jasa berupa Aspek legalitas dari sisi perijinan agak lama karena setiap produk baru apabila akan dipasarkan harus mendapatkan pengesahan dan ijin terlebih dahulu misalnya ijin dalam penerapan tarif. PT. Pos Indonesia Kota Malang tidak bisa semena-mena menentukan tarif misalnya terhadap produk atau layanan customize harus berkoordinasi terlebih dahulu pada Kantor Wilayah (KANWIL) kecuali produk nasional yang menentukan adalah pusat.

Faktor eksternal dalam pemanfaatan TI yaitu tidak berjalannya UU No. 6 Tahun 1984 yang berisikan Pasal 3 Ayat 3 menyatakan bahwa : “ Menteri melimpahkan tugas dan wewenang perusahaan pos kepada badan yang oleh negara ditugasi mengelola pos dan giro yang dibentuk sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.” Dan isi UU No. 6 Tahun 1984 pasal 4 Ayat 1 menyatakan bahwa : “ Badan sebagaimana dimaksud dalam pasal 3 ayat(3) adalah satu-satunya badan yang bertugas menerima, membawa dan atau menyampaikan surat, warkat pos, serta kartu pos dengan memungut biaya.” Dilihat dari isi Undang-Undang No. 6 Tahun 1984 diatas jelas telah terlihat bahwa UU No. 6 Tahun 1984 tersebut sudah tidak berjalan sempurna karena pos yang disebut dalam isi UU tersebut jelas-jelas ditunjuk sebagai satu-satunya badan yang bertugas menerima, membawa dan menyampaikan surat, warkat pos serta kartu pos dengan

memungut biaya pada kenyataannya pos bukanlah satu-satunya di Indonesia yang memiliki hak monopoli seperti yang tersebut dalam UU No. 6 Tahun 1984. Sekarang justru semakin banyak perusahaan swasta sejenis yang bergerak dibidang yang sama yang menjadi pesaing bagi PT. Pos Indonesia Kota Malang. Sehingga wajib angkut pos yang mestinya dimonopoli oleh Pos dan Pos harus di nomor satukan dalam pengiriman barang daripada perusahaan yang lainnya jadi terabaikan. Selain itu kurangnya promosi pada masyarakat juga sangat kurang. Dalam bisnis jasa seperti pos, seharusnya faktor promosi harus diperhatikan dengan baik, melalui promosi perusahaan diharapkan dapat menarik pelanggan baru, mempengaruhi pelanggannya untuk mencoba produk baru yang dikeluarkan oleh PT. Pos Indonesia Kota Malang. Selain itu, promosi juga dapat digunakan untuk menyerang aktivitas promosi pesaing.

Faktor eksternal yang menghambat peningkatan kualitas produk jasa pelayanan publik adalah adanya tuntutan masyarakat yang sulit dipenuhi. Melihat tujuan dilakukannya peningkatan kualitas produk jasa pelayanan publik itu untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, namun pada kenyataannya tidak semua keinginan masyarakat dapat terpenuhi. Disinilah Pos berusaha untuk mengeluarkan inovasi baru agar semua keinginan masyarakat dapat terpenuhi paling tidak dengan peningkatan kualitas

pelayanan sedikit dapat memenuhi kebutuhan masyarakat yang beraneka ragam.



BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada PT. Pos Indonesia Kota Malang, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dan saran – saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi perusahaan yaitu :

1. PT.Pos Indonesia Kota Malang telah melakukan upaya dalam pemanfaatan Teknologi Informasi. Upaya tersebut meliputi :

- 1) Adanya produk layanan yang menggunakan TI.

Dengan adanya produk yang fasilitasnya menggunakan TI, maka TI yang telah diterapkan oleh PT. Pos Indonesia Kota Malang dapat bermanfaat dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat. Dan dengan adanya produk layanan yang menggunakan TI diharapkan masyarakat mendapatkan pelayanan yang lebih cepat, tepat dan akurat.

- 2) Peningkatan kemampuan pegawai.

Peningkatan sumber daya manusia bagi PT. Pos Indonesia Kota Malang sangat penting sekali mengingat saat ini PT. Pos Indonesia Kota Malang telah menerapkan TI pada proses kerja dan pelayanan yang diberikan pada masyarakat. Sehingga mengharuskan pegawai untuk menambah

pengetahuannya untuk memanfaatkan TI dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat. Dalam peningkatan kemampuan pegawai selama ini yang telah dilakukan oleh PT. Pos Indonesia Kota Malang adalah dengan memberikan pelatihan kepada para pegawai dan juga melakukan forum sharing day untuk menambah wawasan para pegawai.

2. PT.Pos Indonesia Kota Malang telah melakukan upaya untuk meningkatkan kualitas produk jasa pelayanan publik. Upaya-upaya yang dilakukan tersebut meliputi :

- 1) Memahami Persaingan.

Dengan memahami persaingan diharapkan PT. Pos Indonesia Kota Malang dalam melakukan pengembangan usaha jasa tidak akan sia-sia dan dapat bermanfaat bagi masyarakat dan tentunya memberikan keuntungan yang besar bagi perusahaan.

- 2) Pengembangan Produk Baru Dalam Jasa Pelayanan Publik.

Untuk mengeluarkan produk baru sebaiknya tidak hanya sekedar mengeluarkan produk saja, tetapi juga harus memperhitungkan apakah produk baru yang akan dikeluarkan tersebut sesuai dengan kebutuhan masyarakat atau tidak. Karena percuma apabila tidak sesuai dengan yang diinginkan masyarakat maka pelayanan yang diberikan kepada konsumen tidak akan berjalan dengan baik.

3) Perbaiki produk.

Dalam perbaikan produk PT. Pos Indonesia Kota Malang melakukan suatu pembaharuan atau perbaikan produk atas produk lama yang dirasa masih dibutuhkan oleh konsumen. Sehingga konsumen dapat menggunakan produk lama dengan kemasan ataupun fasilitas yang baru tanpa mengurangi kualitas dan manfaat daripada produk tersebut.

3. Faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi PT. Pos Indonesia Kota Malang dalam melakukan pemanfaatan TI dan juga dalam meningkatkan kualitas produk jasa pelayanan publik meliputi :

1) Faktor Pendukung

Faktor pendukung merupakan salah satu hal yang menentukan pelaksanaan pemanfaatan Teknologi Informasi (TI) serta keberhasilan peningkatan kualitas produk jasa pelayanan publik. Faktor pendukung yang ada pada PT. Pos Indonesia Kota Malang dalam melakukan pemanfaatan TI dan peningkatan kualitas produk jasa pelayanan publik terdiri atas 2 faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

Dalam pemanfaatan TI baik dari faktor internal maupun eksternal diharapkan dengan adanya berbagai macam layanan jasa yang menggunakan TI masyarakat pengguna jasa PT. Pos Indonesia Kota

Malang mendapatkan pelayanan yang lebih baik, cepat dan tepat. Selain itu, sarana dan prasarana merupakan faktor utama dalam suatu perusahaan untuk melakukan proses kerja. Tanpa adanya sarana dan prasarana pendukung proses kerja akan terhambat dan tidak akan dapat memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen. Oleh karena itu diharapkan sarana dan prasarana yang dibutuhkan oleh karyawan hendaknya tersedia dengan jumlah yang sesuai dengan kebutuhan dan dapat digunakan untuk menyelesaikan pekerjaan. Adanya tunjangan dari pemerintah juga mendukung terlaksananya pengembangan usaha jasa pada PT. Pos Indonesia Kota Malang.

Selain itu faktor internal dalam meningkatkan kualitas produk jasa pelayanan publik pada PT. Pos Indonesia Kota Malang adalah dengan adanya layanan produk costumize diharapkan dapat memenuhi keinginan masyarakat sesuai dengan yang dibutuhkan oleh masyarakat. Selain adanya produk yang dalam pelayanannya diharapkan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat, keterbukaan manajemen pada PT. Pos. Indonesia Kota Malang juga sangat diperlukan demi mempermudah tercapainya peningkatan kualitas produk. Sementara itu adanya pesaing membuat PT. Pos Indonesia Kota Malang harus mengeluarkan inovasi-inovasi ataupun

ide baru yang juga merupakan faktor pendukung eksternal bagi PT. Pos Indonesia.

2) Faktor Penghambat

Dalam pemanfaatan TI masih banyak sekali hambatan – hambatan yang dihadapi PT. Pos Indonesia baik internal maupun eksternal. Misalnya saja SDM yang dilihat dari segi kualitas masih kurang karena kurang adanya penyuluhan yang diberikan kepada pegawai. Sementara itu sarana dan prasarana yang kurang memadai yang masih banyak menggunakan tenaga manualpun juga menghambat pemanfaatan TI. Dan adanya UU yang menjadi dasar bagi PT. Pos Indonesia yang tidak berjalan dengan sempurna serta kurang adanya promosi terhadap produk yang memanfaatkan TI juga menjadi suatu penghambat bagi PT. Pos Indonesia untuk memberikan kecepatan dan ketepatan pelayanan kepada masyarakat.

Sedangkan faktor penghambat baik internal maupun eksternal bagi PT. Pos Indonesia dalam meningkatkan kualitas produk jasa pelayanan publik salah satunya adalah sulitnya mendapatkan keabsahan dari suatu produk baru yang akan dikeluarkan, semakin banyaknya tuntutan masyarakat yang membuat PT. Pos Indonesia harus selalu memantau keadaan di luar agar dapat mengikuti perkembangan sehingga

tidak ketinggalan jaman juga menjadi faktor penghambat dalam meningkatkan kualitas produk jasa pelayanan publik.

B. SARAN

Setelah melakukan penelitian penulis kiranya perlu untuk memberikan saran-saran yang diharapkan dapat menjadi masukan demi terlaksananya pemanfaatan Teknologi Informasi (TI) serta peningkatan kualitas produk jasa pelayanan publik yang efektif dan efisien, yaitu :

1. Dengan adanya SDM yang kurang memadai, hendaknya PT. Pos Indonesia Kota Malang menyekolahkan para pegawainya agar kemampuan serta pengetahuan pegawai bertambah selain melakukan pelatihan.
2. Hendaknya penyelenggaraan pelatihan bagi pegawai dianggarkan secara rutin, sehingga pelatihan dapat terselenggara dengan teratur karena biaya untuk pelatihan selalu ada.
3. Sarana dan prasarana merupakan faktor utama dalam upaya menyelesaikan pekerjaan bagi para pegawai. Hendaknya sarana dan prasarana yang sudah tidak memadai dan dapat mengganggu adanya proses bekerja lebih baik diganti agar proses bekerja dapat berjalan dengan lancar dan pegawai dapat memberikan pelayanan yang baik dan cepat pada pelanggan.

4. Dengan adanya Undang-Undang Pos No. 6 Tahun 1984 yang sebenarnya menguntungkan bagi Pos tapi ternyata malah tidak berlaku, hendaknya Pos mengambil sebuah langkah yang harus dilakukan agar Undang-Undang tersebut dapat berjalan lagi. Misalnya saja dengan melakukan pengaduan pada pejabat yang terkait agar Undang-Undang tersebut diperhatikan.
5. Produk-produk baru yang memiliki fasilitas memanfaatkan Teknologi Informasi hendaknya lebih banyak dipromosikan, sehingga kecepatan dan ketepatan layanan yang diberikan Pos juga akan dinikmati oleh pelanggan.

