



## INOVASI PELAYANAN PT POS INDONESIA CABANG WATAMPONE DI ERA E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN YANG BERDAYA SAING

Rika Sari<sup>1</sup>, Muhammad Idrus<sup>2</sup>, Akbar Syam<sup>3</sup>.

<sup>1,2,3</sup>Manajemen<sup>2</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Yapi Bone<sup>3</sup>.

<sup>1</sup>Email: rikha000206@gmail.com

<sup>2</sup>Email: muhammadidrus425@gmail.com

<sup>3</sup>Email: akbarsyamshmh@gmail.com

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan 1) Untuk mengetahui kualitas pelayanan PT Pos Indonesia Cabang Watampone, 2) Untuk mengetahui inovasi yang dilakukan PT Pos Indonesia Cabang Watampone dalam meningkatkan kualitas jasa pengiriman yang berdaya saing. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, eksistensi, dan lain-lain. Subyek dalam penelitian ini adalah di Kantor PT Pos Indonesia Cabang Watampone yang bertempat di Jalan M.H. Thamrin, Kabupaten Bone. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif, mengikuti konsep yang diberikan Miles dan Huberman yaitu suatu aktivitas yang meliputi data reduction, data display, dan conclusions drawing/ verification. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Bentuk inovasi yang di terapkan di Kantor Pos Cabang Watampone tergolong inovasi proses dan inovasi produk. Antara lain : O-ranger, M-pospay dan Pos Order Number dengan adanya inovasi tersebut memiliki keterkaitan dengan tipe inovasi organisasional yaitu metode baru dalam mengelola, mengkoordinasi dan tanggung jawab maupun inovasi bisnis. Inovasi tersebut mempunyai keuntungan keunggulan dan nilai lebih terhadap manfaat tingkat proses dan pengelolaan yang diharapkan bisa meningkatkan kualitas jasa pengiriman yang berdaya saing. Namun inovasi ini masih kurang maksimal karena keterbatasan dan SDM dan promosi. 2) Kualitas pelayanan yang diukur menggunakan standar pelayanan publik KEPMENPAN No.63/Kep/M.PAN/7/2003 yang terdiri dari enam indikator yaitu prosedur pelayanan, waktu penyelesaian, biaya pelayanan, produk pelayanan, sarana dan prasarana dan kompetensi petugas pemberi layanan yang ada di Kantor Pos Cabang Watampone dapat dikategorikan sudah memuaskan, sehingga perlu dipertahankan dan yang masih kurang baik perlu adanya evaluasi dan ditingkatkan.

Kata Kunci : Inovasi Pelayanan, E-Commerce, Kualitas Pelayanan

### Abstract

*This research aims 1) To determine the service quality of PT Pos Indonesia Watampone Branch, 2) To determine the innovations carried out by PT Pos Indonesia Watampone Branch in improving the quality of competitive delivery services. This research is qualitative research, namely research that intends to understand the phenomena experienced by research subjects, for example behavior, perception, motivation, action, existence, etc. The subjects in this research were at the PT Pos Indonesia Watampone Branch Office located on Jalan M.H. Thamrin, Bone Regency. This research uses qualitative data analysis techniques, following the concept given by Miles and Huberman, namely an activity that includes data reduction, data display, and conclusion drawing/verification. The results of this research show that: 1) The forms of innovation implemented at the Watampone Branch Post Office include process innovation and product innovation. These include: O-ranger, M-pospay and Pos Order Number. These innovations are related to the type of organizational innovation, namely new methods of managing, coordinating and taking responsibility as well as business innovation. This innovation has superior advantages and added value to the process and management level benefits which are expected to improve the quality of competitive delivery services. However, this innovation is still not optimal due to limitations in human resources and promotion. 2) Service quality is measured using public service standards KEPMENPAN No.63/Kep/M.PAN/7/2003 which consists of six indicators, namely service procedures, completion time, service costs, service products, facilities and infrastructure and the competence of service providers Those at the Watampone Branch Post Office can be categorized as*

*satisfactory, so they need to be maintained and those that are still not good need to be evaluated and improved.*

*Keywords: Service Innovation, E-Commerce, Service Quality*

## I. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Sehubungan dengan perkembangan teknologi tersebut memungkinkan setiap orang dengan mudah melakukan perbuatan hukum seperti misalnya melakukan jual - beli. Perkembangan internet memang cepat dan memberi pengaruh signifikan dalam segala aspek kehidupan kita. Internet membantu kita sehingga dapat berinteraksi, berkomunikasi, bahkan melakukan perdagangan dengan orang dari segala penjuru dunia dengan murah, cepat dan mudah.

Dengan maraknya dunia perbelanjaan online maka muncullah peluang bisnis khususnya jasa pengiriman. Saat ini banyak perusahaan ekspedisi bermunculan perusahaan jasa pengiriman swasta antara lain JNE, TIKI, J&T, Repex Perdana Internasional yg bekerjasama Federal Express (Fed-ex), TNT, Pandulogistics, Wahana, SiCepat, dll. Dengan hal ini bagaimana peran PT Pos Indonesia dalam memberikan inovasi pelayanan guna meningkatkan kualitas pelayanan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang jasa kurir, logistik, dan transaksi keuangan untuk tetap dapat menjaga eksistensi dan tetap banyak diminati masyarakat dengan munculnya perusahaan pengiriman swasta.

Pos Indonesia terus kembangkan teknologi logistik e-commerce. Pengembangan teknologi dilakukan Pos Indonesia untuk menjadi tulang punggung logistik e-commerce Indonesia. Pos Indonesia merupakan sebuah badan usaha milik negara (BUMN) Indonesia yang bergerak di bidang layanan pos. Saat ini, bentuk badan usaha Pos Indonesia merupakan perseroan terbatas dan sering disebut dengan PT Pos Indonesia ([wikipedia.org](http://wikipedia.org)). Definisi BUMN menurut Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 adalah badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh negara melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan negara yang dipisahkan. BUMN merupakan aset penting bagi negara Indonesia, karena penghasilan dari bisnis ini akan masuk ke dalam kas negara dan digunakan untuk membayar utang negara, membayar administrasi, dan kelengkapan ketika melakukan ekspor dan impor atau kerja sama Internasional dengan negara lain. Demikian juga PT Pos Indonesia memiliki peranan penting sebagai perusahaan ekspedisi yang melayani pengiriman barang antar kota dan provinsi.

PT Pos Indonesia juga berusaha menyediakan pelayanan yang lebih canggih dalam menghadapi persaingan yang lebih ketat. Layanan bisnis komunikasi diluncurkan berupa surat pos standar, surat kilat khusus, telegram, dan lain – lain. Layanan bisnis logistik yang berupa kiriman barang (paket pos), kargo, paket optimal, dan point to point. Sedangkan bisnis keuangan berupa giro pos, cek pos, tabungan, pembayaran pensiunan, mengirim uang antar kota di Indonesia (Wesel Pos) ataupun mengirim uang keluar negeri tanpa rekening (Western Union), pembayaran listrik, telepon, mengambil gaji pensiunan, membayar tagihan kredit, tagihan listrik secara online, menabung serta kegiatan lainnya begitu juga bidang penyelegaraan dan jasa.

Tetapi banyaknya persaingan kiriman barang dengan para perusahaan kurir swasta membuat pangsa pasar Pos Indonesia tergerus. Banyak pihak yang masih meragukan kemampuan dan kualitas layanan PT Pos Indonesia. Seperti kasus yang termuat di buka forum bukalapak.com banyak yang kecewa dengan pelayanan pos salah satu pelanggan mengatakan paket dalam tiga hari belum sampai padahal pelanggan tersebut menggunakan jasa Pos Next Day dengan jaminan 1 hari sampai.

Masyarakat cenderung memandang pelayanan BUMN yang bergerak dibidang logistik ini, berada di bawah perusahaan logistik yang dikelola swasta. Apalagi saat ini muncul maraknya jasa kurir on demand seperti Go-Send milik Go-jek, dan Grab Parcel milik Grab. Keadaan tersebut memaksa Pos Indonesia untuk berubah dan melakukan transformasi bisnis. Berdasarkan permasalahan yang didapatkan tersebut maka diperlukan suatu pengembangan atau inovasi pada PT POS Indonesia (Persero) dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di era global. Untuk itu penulis tertarik melakukan penelitian dengan mengangkat judul yaitu “Inovasi Pelayanan PT Pos Indonesia Cabang Watampone di Era e-commerce dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang berdaya saing”

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana kualitas pelayanan PT Pos Indonesia Cabang Watampone?
2. Apa inovasi yang dilakukan PT Pos Indonesia Cabang Watampone dalam meningkatkan kualitas jasa pengiriman yang berdaya saing?

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 1. New Public Management (NPM)

Janet dan Robert (2007:12) menjelaskan bahwa New Public Management mengacu pada sekelompok ide dan praktik-praktik kontemporer yang pada intinya menggunakan pendekatan sektor swasta dan bisnis di sektor publik. New Public Management telah menjadi normatif yang menandakan pergeseran besar dalam cara berpikir tentang peran administrator public.

Menurut Bovaird dan Loffler (2013:17) New Public Management adalah sebuah gerakan perampingan sektor publik dan membuatnya lebih komparatif dan mencoba untuk membuat administrasi publik yang lebih responsif terhadap kebutuhan warga dengan menawarkan pengukuran ekonomi, efisiensi dan efektifitas (value for money), fleksibilitas pilihan, dan transparansi. Implementasi konsep NPM dapat dipandang sebagai suatu bentuk modernisasi atau reformasi manajemen dan administrasi publik, depolitisasi kekuasaan, atau desentralisasi wewenang yang mendorong demokrasi. Beberapa pihak meyakini bahwa paradigma New Public Management merupakan sebuah fenomena internasional sebagai bagian dari proses global. Konsep NPM begitu cepat mempengaruhi praktik manajemen publik di berbagai negara sehingga membentuk sebuah gerakan yang mendunia.

#### a) Karakteristik New Public Management

Karakteristik New Public Management Menurut Hood (1991:4) konsep New Public Management memiliki tujuh komponen utama, yaitu:

1. Lebih berfokus pada manajemen, bukan kebijakan.

Manajemen profesional di sektor publik New Public Management menghendaki organisasi sektor publik dikelola secara profesional.

2. Adanya standar yang jelas dan dilakukannya pengukuran terhadap kinerja yang dicapainya.

Adanya standar kinerja dan ukuran kinerja New Public Management mensyaratkan organisasi memiliki tujuan yang jelas dan ada penetapan target kinerja.

3. Penekanan yang lebih besar pada pengendalian atas hasil (output), bukan pada prosedur.

Penekanan yang lebih besar terhadap pengendalian output dan outcome Dalam konsep New Public Management, semua sumber daya organisasi harus dikerahkan dan diarahkan untuk mencapai target kinerja. Penekanannya adalah pada pemenuhan hasil (outcome), bukan pada kebijakan-kebijakan.

4. Pergeseran ke arah adanya tingkat persaingan yang lebih besar didalam sektor pelayanan publik.

Pemecahan unit-unit di sektor publik Model organisasi sektor publik tradisional sangat didominasi organisasi birokrasi.

5. Penekanan pada pengembangan pola-pola manajemen sebagaimana yang dipraktikan pada sektor swasta untuk mendukung perbaikan kinerja pelayanan publik.

Menciptakan persaingan di sektor publik Doktrin New Public Management menyatakan organisasi sektor publik perlu mengadopsi mekanisme pasar dan menciptakan persaingan. Tujuan menciptakan persaingan di sektor publik adalah untuk menghemat biaya.

6. Adanya pergeseran ke arah pemecahan ke dalam berbagai unit organisasi yang lebih kecil dalam sektor pelayanan publik.

Pengadopsian gaya manajemen di sektor bisnis ke dalam sektor publik Konsep New Public Management berasumsi bahwa praktik manajemen di sektor swasta jauh lebih baik dibandingkan manajemen sektor publik.

7. Penekanan yang lebih besar pada disiplin dan parsimony dalam penggunaan sumber daya.

Penekanan pada disiplin dan penghematan lebih besar dalam menggunakan sumber daya. New Public Management mensyaratkan organisasi sektor publik dapat memberikan perhatian yang besar terhadap penggunaan sumber daya secara ekonomis dan efisien.

b) Orientasi New Public Management (NPM)

New Public Management ini telah mengalami berbagai perubahan orientasi menurut Ferlie, Ashbuerner, Filzgerald dan Pettgrew dalam Keban (2004:25), yaitu: Orientasi The Drive yaitu mengutamakan nilai efisiensi dalam pengukuran kinerja.

1. Orientasi Downsizing and Decentralization yaitu mengutamakan penyederhanaan struktur, memperkaya fungsi dan mendelegasikan otoritas kepada unit-unit yang lebih kecil agar dapat berfungsi secara cepat dan tepat.

2. Orientasi in Search of Excellence yaitu mengutamakan kinerja optimal dengan memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi.

3. Orientasi Public Service yaitu menekankan pada kualitas, misi dan nilai-nilai yang hendak dicapai organisasi publik, memberikan perhatian yang lebih besar kepada aspirasi, kebutuhan dan partisipasi "user" dan warga masyarakat, termasuk wakil-wakil mereka menekankan "social learning" dalam pemberian pelayanan publik dan penekanan pada evaluasi kinerja secara berkesinambungan, partisipasi masyarakat dan akuntabilitas.

2. Inovasi Pelayanan

a) Pengeertian Inovasi

Inovasi adalah memperkenalkan ide baru, barang baru, pelayanan baru dan cara-cara baru yang lebih bermanfaat. Amabile et al. (1996) mendefinisikan inovasi yang hubungannya dengan kreatifitas adalah: "Inovasi atau innovation berasal dari kata to innovate yang mempunyai arti membuat perubahan atau memperkenalkan sesuatu yang baru." Kita berada di tengah-tengah samudera hasil inovasi. Ada inovasi: pengetahuan, teknologi, ICT, ekonomi, pendidikan, sosial, dsb. Secara khusus inovasi di dalam lembaga publik bisa di definisikan sebagai penerapan (upaya membawa) ide - ide baru dalam implementasi, dicirikan oleh adanya perubahan langkah yang cukup besar, berlangsung cukup lama dan berskala cukup umum sehingga dalam proses implementasinya berdampak cukup besar terhadap perubahan organisasi dan tata hubungan organisasi. Inovasi dalam pelayanan publik mempunyai ciri khas, yaitu sifatnya yang intangible karena inovasi layanan dan organisasi tidak semata berbasis pada produk yang tidak dapat dilihat melainkan pada perubahan dalam hubungan pelakunya, yaitu antara service provider dan service receiver (users), atau hubungan antar berbagai bagian di dalam organisasi atau mitra sebuah organisasi.

b) Kategori Inovasi

Dalam mengukur tingkat inovasi, (Muluk (2008:48) mengatakan inovasi juga dapat dibedakan dalam dua kategori yakni inovasi terusan dan inovasi terputus.

1) Inovasi terusan (sustaining innovation) merupakan proses inovasi yang membawa perubahan baru namun dengan tetap mendasarkan diri pada kondisi pelayanan dan sistem yang berjalan atau produk yang sudah ada.

2) Inovasi terputus (discontinues innovation) merupakan proses inovasi yang membawa perubahan yang sama sekali baru dan tidak lagi berdasarkan pada kondisi yang sudah ada sebelumnya.

c) Tipologi Inovasi

Mulgan & Albury dalam Muluk (2008: 44-45) inovasi pelayanan publik dikatakan berhasil jika merupakan hasil kreasi dan implementasi dari inovasi produk layanan, inovasi proses pelayanan, inovasi metode pelayanan, inovasi kebijakan, dan inovasi sistem. Pertama, inovasi produk atau layanan adalah perubahan bentuk dan desain produk atau layanan. Kedua, inovasi proses adalah pembaharuan kualitas yang berkelanjutan dan mengacu pada kombinasi perubahan organisasi, prosedur, dan kebijakan yang dibutuhkan untuk berinovasi. Ketiga, inovasi metode pelayanan adalah perubahan baru dalam hal berinteraksi dengan pengguna layanan atau cara baru dalam hal berinteraksi dengan pengguna layanan atau cara baru dalam memberikan pelayanan. Keempat, inovasi dalam strategi atau kebijakan adalah perubahan visi, misi, tujuan dan strategi baru beserta alasannya yang berangkat dari realitas yang ada. Kelima, inovasi sistem adalah interaksi

sistem yang mencakup cara baru atau yang diperbarui dalam berinteraksi dengan faktor-faktor lain atau dengan kata lain adanya perubahan dalam tata kelola pemerintahan.

### d) Pengertian E-Commerce

Menurut Syahril, dkk (2020), mengatakan bahwa e-commerce merupakan sebagai salah satu gambaran dari perubahan gaya hidup masyarakat yang disebabkan oleh adanya kemajuan teknologi informasi. Menurut Siti M (2013:97), e-commerce diharapkan dapat memberikan manfaat yang signifikan dalam menghadapi dunia bisnis yang penuh dengan persaingan. Dan perusahaan dapat konsisten dan cenderung meningkat dalam memasuki dunia teknologi ke dalam dunia usahanya. Dan menurut Siregar (2010), electronic Commerce atau e-commerce merupakan suatu proses pembelian atau penjualan dan pertukaran produk, jasa dan memberikan informasi melalui jaringan komputer.

### e) Jenis-Jenis E-Commerce

E-commerce dapat dibagi menjadi beberapa jenis yaitu sebagai berikut:

#### 1) Business to Business (B2B)

Meliputi semua transaksi elektronik barang atau jasa yang dilakukan antar perusahaan. Produsen dan pedagang biasanya menggunakan jenis e-commerce ini.

#### 2) Business to Customer (B2C)

Perusahaan dan konsumen akhir. Biasa dioperasikan oleh perdagangan ritel tradisional.

#### 3) Consumer to Consumer (C2C)

Meliputi semua transaksi elektronik barang atau jasa antar konsumen. Umumnya transaksi dilakukan melalui pihak ketiga yang menyediakan platform online untuk proses transaksi.

#### 4) Consumer to Business (C2B)

Merupakan pertukaran transaksi atau jual beli barang secara tradisional. Sekelompok besar individu menyediakan layanan jasa atau produk mereka bagi perusahaan yang mencari jasa atau produk tersebut.

#### 5) Business to Administration (B2A)

Semua transaksi yang dilakukan secara online antara perusahaan dan administrasi public.

#### 6) Consumer to Administration (C2A)

Meliputi transaksi elektronik yang dilakukan antartar individu dan administrasi public.

#### 7) Online to Offline (O2O)

Merupakan jenis e-commerce yang menarik pelanggan dari saluran online untuk toko fisik.

### 3. Kualitas Pelayanan Publik

Menurut Sampara (1999) dalam Hardiyansyah (2011:35), mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan standar pelayanan yang telah dibakukan dalam memberikan layanan sebagai pembakuan pelayanan yang baik. Sementara itu menurut Ibrahim (2008:22) dalam Hardiyansyah (2011:40), kualitas pelayanan publik merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadi pemberian pelayanan publik tersebut.

Menurut Goetsch dan Davis dalam Hardiyansyah (2011:36), menyatakan bahwa: Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan/kebutuhan pelanggan, dimana pelayanan dikatakan berkualitas apabila dapat menyediakan produk dan jasa (pelayanan) sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Dalam hal ini, kualitas pada dasarnya terkait dengan pelayanan yang baik, yaitu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan atau masyarakat secara memuaskan.

#### 4. Kepuasan pelanggan

Dasar untuk menilai suatu kualitas pelayanan selalu berubah dan berbeda. Maka kesepakatan terhadap kualitas sangat sulit untuk dicapai. Berkaitan dengan kualitas, diyakini bahwa harapan pelanggan mempunyai peranan yang besar dalam menentukan kualitas barang dan jasa, karena pada dasarnya hubungan yang erat antara penentuan kualitas dan kepuasan pelanggan. Karena pelanggan adalah orang yang menerima hasil pekerjaan seseorang atau suatu organisasi, maka hanya pelangganlah yang dapat menentukan kualitasnya seperti apa dan hanya mereka pula yang dapat menyampaikan apa dan bagaimana kebutuhan mereka.

Secara umum pengertian kepuasan konsumen atau ketidakpuasan konsumen merupakan perbedaan antara harapan (expectations) dan kinerja yang dirasakan (perceived performance). Sehingga dapat

dikatakan bahwa kepuasan konsumen berarti kinerja suatu barang/jasa sekurang-kurangnya sama dengan yang diharapkan. Kotler (2000: 36) mengemukakan bahwa tingkat kepuasan adalah: "Satisfaction is a person's feelings of pleasure or disappointment resulting from comparing a product's perceived performance (or outcome) in relation to his or her expectations."

### III. METODE PENELITIAN

#### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif (Lexy, J Moleong, 2008 : 6) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, eksistensi, dan lain-lain.

#### 2. Jenis dan Sumber data

##### a) Jenis Data

- 1) Data Kuantitatif, yaitu dalam bentuk angka yang dapat dihitung yang diperoleh dari perhitungan kuesioner yang akan dilakukan yang berhubungan dengan masalah yang dibahas.
- 2) Data Kualitatif, yaitu data yang bukan dalam bentuk angka, yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pelanggan yang berhubungan dengan masalah yang dibahas.

##### b) Sumber data

Menurut Lofland & Lofland sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain (Moleong, 2007 ; 157). Kata-kata dan tindakan didapat dari proses wawancara dan observasi yang kemudian dicatat atau direkam menggunakan tape recorder atau video, dan di dokumentasikan dalam bentuk gambar/foto. Penulis mengumpulkan data/dokumen yang didapatkan dari berbagai sumber antara lain, dari literatur, jurnal-jurnal, berita dan sumber lain yang terkait dengan permasalahan dalam penelitian. Dari sumber data ini peneliti dapat memperoleh keterangan yang berguna untuk mendukung proses deskripsi dan analisa masalah penulisan. Adapun data yang nantinya akan dipakai untuk melengkapi data tersebut adalah Informan, yaitu orang-orang yang memberikan informasi tentang segala yang terkait dalam penelitian. Data penelitian terbagi atas 2 (dua) jenis, yaitu:

##### 1) Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Dalam penelitian ini data dapat diperoleh melalui wawancara tatap muka antara peneliti dengan informan.

##### 2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini biasanya diperoleh dari perpustakaan atau dari laporan peneliti terdahulu. Adapun data sekunder dalam penelitian ini berupa surat-surat keputusan, data statistik, catatan-catatan, arsip-arsip, laporan kegiatan, foto-foto, dan dokumen dokumen lainnya tentang Inovasi PT Pos Indonesia (Persero).

#### 3. Teknik pengumpulan data

Teknis pengumpulan data ada berbagai macam teknik pengumpulan data dalam proses penelitian, akan tetapi yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### a. Teknik pengamatan (observasi)

Pengumpulan data dengan observasi langsung atau dengan pengamatan langsung adalah cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut.

##### b. Teknik Wawancara (interview)

Wawancara (interview) adalah metode tanya jawab dengan seseorang untuk suatu pembicaraan.

##### c. Teknik Dokumentasi

Dalam dokumentasi peneliti menetapkan dokumentasi yang berasal dari penulisan yang ada di PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Watampone.

#### 4. Metode Analisis Data

Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif, mengikuti konsep yang diberikan Miles dan Huberman yaitu suatu aktivitas yang meliputi data reduction, data display, dan conclusions drawing/ ferification. Untuk lebih memahami teknik tersebut, maka akan dijelaskan sebagai berikut. Sugiono, (2007:89).

### 1. Reduksi data (reduction data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dalam hal ini, ketika peneliti memperoleh data dari lapangan dengan jumlah yang cukup banyak. Maka perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Adapun hasil dari mereduksi data, peneliti telah memfokuskan bidang inovasi pelayanan yang berkaitan dengan PT Pos Indonesia (Persero).

### 2. Penyajian data (Data Display)

Pada penelitian ini, secara teknis data-data yang berkaitan dengan PT Pos Indonesia (Persero) Watampone akan disajikan kedalam bentuk teks naratif, gambar, tabel, dan bagan. Penyajian data tersebut dilakukan dengan mendeskripsikan hasil temuan dalam wawancara di lapangan terhadap informasi yang menghadirkan dokumen sebagai penunjang data.

### 3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi (Conclusions drawing/ verification)

Langkah ketiga dalam analisis kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan. Dalam hal ini, peneliti berusaha dan berharap kesimpulan yang dicapai mampu menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan sejak awal yaitu yang berkaitan dengan inovasi pelayanan PT Pos Indonesia (persero) kota Watampone.

## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Kualitas Pelayanan Kantor PT Pos Indonesia Cabang Watampone

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan pelayanan prima di PT Pos Indonesia Cabang Watampone berdasarkan Standar Kualitas Pelayanan Menilai kualitas pelayanan dapat dilihat dari beberapa indikator di bawah ini, yaitu :

#### a) Prosedur pelayanan

Dari hasil wawancara tersebut bahwa prosedur pelayanan di Kantor PT Pos Cabang Watampone sudah sesuai dengan Keputusan MENPAN No.63/KEP/M.PAN/7/2003 yang mudah dan tidak berbelit-belit. Pelanggan cukup datang ke Kantor PT Pos Indonesia Cabang Watampone membawa paket yang akan dikirimkan, menuju loket lalu paket akan ditimbang, ditanya isi dan tujuan pengiriman, lalu pelanggan tinggal membayar sesuai dengan harga yang tertera di aplikasi.

Pelanggan kecewa atas packing barang yang ditolak karena tidak sesuai, pelanggan tersebut melakukan pengiriman pada agen pos yang merupakan mitra Kantor Pos Pusat. Dengan ini sumber daya manusia atau pegawai adalah sumber utama dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat yang seharusnya membantu dan mengarahkan kepada pengguna jasa pos tentang prosedur maupun packaging barang. Tidak hanya Kantor pos pusat, kantor pos cabang maupun agen pos juga harus dibekali responsibilitas terhadap pelayanan pelanggan untuk membentuk kualitas pelayanan.

#### b) Waktu penyelesaian

Menurut ibu Dian Eka Septiani selaku Executive Manager berpendapat bahwa lamanya kiriman express itu ditentukan dari isi barangnya karena tidak semua barang yang bisa dikirim lewat Pos express, selain itu banyak faktor yang bisa memperlama pengiriman salah satunya adalah dari jam pengiriman. Jika barang tersebut dikirim sore hari maka barang tersebut tidak bisa sampai esok harinya karena barang yang dikirim sore akan masuk jadwal pengiriman esok harinya, faktor lain adalah faktor manusia atau pegawainya yang kurang teliti, faktor ke tiga adalah pencarian alamat yang pelosok lalu tidak ada orang penerima paket tersebut akan disimpan oleh pihak kurir pos dan akan pengantarnya lagi di keesokan harinya.

#### c) Biaya pelayanan

Dari beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa biaya yang diberlakukan kantor pos jauh lebih mahal di bandingkan jasa pengiriman lainnya/swasta. Namun setelah peneliti melakukan observasi dan melalui wawancara dari salah satu pegawai menjelaskan bahwa soal biaya sudah sesuai ketentuan dari Kantor Pos pusat Makassar yang artinya biaya tersebut sudah menjadi ketetapan biaya yang flat.

#### d) Produk Pelayanan

Dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa produk pelayanan yang ditawarkan sudah baik lengkap dan masyarakat mendapat kemudahan. Kantor Pos juga telah menyediakan website untuk memudahkan melacak status kiriman dan dapat diketahui. Selain itu adanya jaminan ganti rugi atas ketepatan waktu penyerahan dan keamanan isi kiriman. Paket yang dikirimkan akan aman terjaga karena telah diasuransikan sepenuhnya oleh PT Pos Indonesia.

e) Sarana dan Prasarana

Kelengkapan sarana dan prasarana akan dapat mendukung pelaksanaan pelayanan prima. Pernyataan tersebut sesuai dengan prinsip pelayanan publik menurut Keputusan MENPAN No.63/KEP/M.PAN/7/2003 yaitu "Kelengkapan Sarana dan Prasarana, tersedianya sarana dan prasarana kerja dan pendukung lainnya yang memadai termasuk penyedia sarana teknologi telekomunikasi dan informatika.

Kantor PT Pos Cabang Watampone terdapat 6 loket yang dibagi sesuai kebutuhan pelanggan dan untuk menghindari antrian yang terlalu lama. Di dalam ruang pelayanannya juga terdapat meja pelayanan, meja kerja, timbangan elektrik di setiap loketnya. Serta untuk pelanggan terdapat 11 kursi panjang yang digunakan untuk menunggu panggilan nomor antrian. Sarana dan prasana lain seperti nomor antrian, alat pendingin dan air minum tersedia dengan baik.

f) Kompetensi petugas pemberi layanan

Kantor PT Pos Cabang Watampone menurut responden kompetensi dalam pemberian pelayanan sudah baik tetapi perlu ada peningkatan. Masih ada karyawan yang dalam memberikan pelayanan kurang ramah sehingga perlu adanya evaluasi terhadap karyawan.

g) Inovasi Pelayanan

Maka dapat disimpulkan bahwa inovasi yang diterapkan pada Kantor Pos Cabang Watampone adalah O-ranger, M-pospay dan Pos Order Number. Bentuk bentuk inovasi diatas apabila dikaitkan dengan teori menurut pandangan Radenakers (2005) yang merujuk pada tipologi Inovasi. Bentuk inovasi yang diterapkan pada Kantor Pos Cabang Watampone termasuk dalam tipe inovasi proses karena terdapat metode baru dalam menjalankan kegiatan bernilai tambah (misalnya distribusi atau produksi) yang lebih baik atau lebih murah.

## F. PEMBAHASAN

### 1. Analisis Kualitas Pelayanan PT Pos Indonesia Cabang Watampone

Pemerintah telah menetapkan dan memberlakukan standar mutu pelayanan prima sesuai dengan Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara (KEPMENPAN) No.63/KEP/M.PAN/7/2003 yang sekurang-kurangnya meliputi prosedur pelayanan, waktu penyelesaian, biaya pelayanan, produk pelayanan, sarana dan prasarana dan kompetensi petugas pemberi layanan. Hasil dan analisis kualitatif terhadap masing-masing indikator kualitas pelayanan adalah sebagai berikut :

a) Prosedur pelayanan

Pada penelitian ini prosedur pelayanan pada prinsip pelayanan publik menurut Keputusan MENPAN No.63/KEP/M.PAN/7/2003 salah satunya yaitu Kesederhanaan. Kesederhanaan dalam hal ini PT Pos Indonesia khususnya pada Kantor Pos Cabang Watampone harus melakukan prosedur pelayanan publik yang tidak berbelit-belit, mudah dipahami, dan dilaksanakan. Dari hasil wawancara telah disimpulkan bahwa konsumen merasa puas akan pelayanan yang telah diterapkan mudah, tidak berbelit-belit. Pelanggan cukup datang ke Kantor Pos Cabang Watampone membawa paket yang akan dikirimkan, menuju loket untuk ditimbang, menanyakan isi dan tujuan pengiriman, lalu pelanggan tinggal membayar sesuai dengan harga yang tertera di aplikasi. Namun perlu adanya peningkatan sumber daya manusia yang harus memiliki sikap responsibilitas terhadap pelanggan baru. Dan juga melakukan evaluasi antara Kantor Pos pusat dengan Kantor Pos cabang maupun Agen

b) Waktu penyelesaian

Dari hasil wawancara salah satu pelanggan masih mengatakan belum sesuai estimasi, tapi sebagian besar mengatakan sudah sesuai. Hal tersebut masih dapat dimaklumi karena waktu penyelesaian kiriman express ditentukan dari isi barangnya karena tidak semua barang bisa dikirim lewat Pos express, selain itu banyak faktor yang bisa memperlama pengiriman salah satunya adalah dari jam pengiriman. Jika barang tersebut dikirim sore hari maka barang tersebut tidak bisa sampai esok harinya karena barang yang dikirim sore akan masuk jadwal pengiriman esok harinya, faktor lain adalah faktor manusia atau pegawainya yang kurang teliti, faktor ke tiga adalah pencarian alamat yang pelosok lalu keesokan harinya. Maka dalam waktu penyelesaian Kantor Pos Cabang Watampone sudah dikatakan cukup baik tetapi masi perlu adanya peningkatan lagi. tidak ada orang penerima paket tersebut akan disimpan oleh pihak kurir pos dan akan pengantarnya lagi

c) Biaya pelayanan

Dalam biaya pelayanan pada PT Pos Indonesia yang dilihat dari beberapa narasumber bahwa saat ini harga yang ditawarkan pos masih diatas jasa pengiriman lain artinya masih jauh lebih mahal namun



biaya yang ditawarkan sudah sesuai ketentuan dari Kantor Pos pusat Makassar dan telah mempertimbangkan dari Keputusan Direksi PT Pos Indonesia yaitu KD.84/DIRUT/1014 tentang penyusunan Tarif surat dan Paket. Biaya paket pengiriman diperkirakan lebih mahal karena setiap paket mendapatkan asuransi dari PT Pos Indonesia yang dimana mendapat ganti rugi bila terjadi kerusakan dan kehilangan. selain itu hanya pengiriman Pos yang mampu mengirim barang hingga ke pelosok desa dan daerah terpencil sekalipun.

d) Produk Pelayanan

Sesuai dengan prinsip pelayanan publik dan standar pelayanan publik Produk pelayanan juga harus dapat memberikan jaminan dan kepastian hukum kepada penerima layanan. Kantor pos telah menyediakan website untuk mempermudah mencari informasi tentang produk pelayanan yang sesuai kebutuhan pelanggan, contohnya pos express, pos kilat khusus, paket pos biasa yang masing-masing dilengkapi dengan waktu estimasi. Selain itu website juga digunakan untuk melacak status kiriman. Dari hasil wawancara telah diperoleh kesimpulan bahwa produk pelayanan yang ditawarkan sudah baik lengkap dan masyarakat mendapat kemudahan. Selain itu adanya jaminan ganti rugi atas ketepatan waktu penyerahan dan keamanan isi kiriman. Paket yang dikirimkan akan aman terjaga karena telah diasuransikan sepenuhnya oleh PT Pos Indonesia.

e) Sarana dan Prasarana

Bangunan gedungnya masih mempertahankan keunikan dari sejarahnya namun tetap terjaga keindahan dan kebersihannya. Kantor Pos Cabang Watampone terdapat 6 loket yang dibagi sesuai kebutuhan pelanggan dan untuk menghindari antrian yang terlalu lama dan ruang tunggu yang luas. Di dalam ruang pelayanannya juga terdapat meja pelayanan, meja kerja, timbangan elektrik di setiap loketnya. Serta untuk pelanggan terdapat 11 kursi panjang yang digunakan untuk menunggu panggilan nomor antrian. Sarana dan prasana lain seperti mushola sudah ada, nomor antrian, alat pendingin dan air minum tersedia dengan baik. Dengan hal ini dapat dikatakan sesuai dengan prinsip pelayanan publik menurut Keputusan MENPAN No.63/KEP/M.PAN/7/2003 yaitu: i) Keamanan Proses dan produk pelayanan publik harus memberikan rasa aman dan kepastian hukum. ii) Kenyamanan Lingkungan pelayanan harus tertib, teratur, disediakan ruang tunggu yang nyaman, bersih, rapi, dan lain-lain.

2. Kompetensi petugas pemberi layanan

Dari beberapa indikator tersebut petugas Kantor Pos Cabang Watampone menurut responden kompetensi dalam pemberian pelayanan sebagian besar mengatakan sudah baik namun dilihat dari wawancara responden kurang maksimal. Masih ada pegawai yang kurang ramah dalam melayani pelanggan oleh karena itu perlu adanya peningkatan sehingga perlu adanya evaluasi terhadap karyawan.

Maka dari itu perlu adanya inovasi untuk meningkatkan kualitas jasa pengiriman yang lebih baik.

1) Inovasi Pelayanan

Ada inovasi: pengetahuan, teknologi, ICT, ekonomi, pendidikan, sosial, dsb. Secara khusus inovasi di dalam lembaga publik bisa didefinisikan sebagai penerapan (upaya membawa) ide-ide baru dalam implementasi, dicirikan oleh adanya perubahan langkah yang cukup besar. Inovasi dalam pelayanan publik mempunyai ciri khas, yaitu sifatnya yang intangible karena inovasi layanan dan organisasi tidak semata berbasis pada produk yang tidak dapat dilihat melainkan pada perubahan dalam hubungan pelakunya, yaitu antara service provider dan service receiver (users), atau hubungan antar berbagai bagian di dalam organisasi atau mitra sebuah organisasi. Kantor Pos Cabang Watampone telah melakukan beberapa inovasi yaitu : a) O-ranger, b) M-Pospay, c) Pos Order Number. Apabila dikaitkan dengan teori menurut pandangan Radenakers (2005) yang merujuk pada tipologi inovasi, inovasi dibagi dalam beberapa tipe yaitu inovasi produk, inovasi proses, inovasi organisasional, inovasi bisnis.. Bentuk inovasi yang diterapkan pada Kantor Pos Cabang Watampone termasuk dalam tipe inovasi proses karena terdapat metode baru dalam menjalankan kegiatan bernilai tambah (misalnya distribusi atau produksi) yang lebih baik atau lebih murah.

2) M- Pospay

Dengan menggunakan M-pospay, pelanggan dapat menikmati beragam fitur-fitur pospay dengan hanya melalui sentuhan jari-jari. selain itu, terdapat juga fitur informasi tarif, kodepos, informasi lokasi kantor pos terdekat, dan fitur pelacakan kiriman. Dikaitkan dengan teori Lembaga Administrasi Negara (LAN) Inovasi ini sudah dikatakan cukup baik terkait dengan perkembangan teknologi dan ICT, M-pospay memiliki keunggulan dan nilai lebih yaitu akan tercipta transparansi.

3) Pos Order Number (PON)

Petugas loket Kantor Pos hanya cukup mengentri kode PON-nya saja dan memeriksa kesesuaian antara data yang dienti oleh pelanggan dengan kirimannya. Dengan demikian waktu tunggu di loket Kantor Pos akan lebih efisien. Pos Order Number adalah aplikasi web yang merupakan solusi antri lama di Kantor Pos dan bosan menunggu antrian entry data. Pos Order number hanya digunakan untuk seseorang yang mau mengirimkan barangnya atau seller.

Kantor Pos Cabang Watampone telah mensosialisasikan kepada masyarakat tentang adanya Pos Order Number ini melalui pertemuan dengan forum. Diharapkan dengan adanya Pos Order Number dapat memberi kemudahan kepada masyarakat.

## V. PENUUTUP

### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penyajian data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut :

a) Dalam New Public Management (NPM) memandang masyarakat yang dilayani sebagai customer. Administrasi publik bertanggung jawab kepada customernya dengan memberikan pelayanan publik yang memuaskan. Dengan adanya e-commerce menjadikan Pos Indonesia harus mengembangkan organisasi yang “miskin struktur kaya fungsi” yang dulunya dilakukan secara manual maka dalam era transformasi e-commerce saat ini birokrasi harus mampu merubah menjadi organisasi yang meningkatkan kompetensi administrasi yang transparan dan efisien dengan cara melakukan upaya-upaya inovasi.

b) Bentuk inovasi yang di terapkan di Kantor Pos Cabang Watampone tergolong inovasi proses dan inovasi produk. Antara lain : O-ranger, M-pospay dan Pos Order Number dengan adanya inovasi tersebut memiliki keterkaitan dengan tipe inovasi organisasional yaitu metode baru dalam mengelola, mengkoordinasi dan tanggung jawab maupun inovasi bisnis. Inovasi tersebut mempunyai keuntungan keunggulan dan nilai lebih terhadap manfaat tingkat proses dan pengelolaan yang diharapkan bisa meningkatkan kualitas jasa pengiriman yang berdaya saing. Namun inovasi ini masih kurang maksimal karena keterbatasan dan SDM dan promosi.

c) Kualitas pelayanan yang diukur menggunakan standar pelayanan publik KEPMENPAN No.63/Kep/M.PAN/7/2003 yang terdiri dari enam indikator yaitu prosedur pelayanan, waktu penyelesaian, biaya pelayanan, produk pelayanan, sarana dan prasarana dan kompetensi petugas pemberi layanan yang ada di Kantor Pos Cabang Watampone dapat dikategorikan sudah memuaskan, sehingga perlu dipertahankan dan yang masih kurang baik perlu adanya evaluasi dan ditingkatkan.

### 5.2. Saran

a)Perlu dibangunnya komunikasi dan koordinasi antara Kantor Pos Pusat. Kantor Cabang maupun agen pos untuk menjaga kualitas dan nama baik Pos Indonesia untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

b)Saat ini Pos masih dianggap rendah dibandingkan pesaing swasta lainnya, artinya masyarakat menganggap bahwa mengirim barang lewat pos kurang keren dan bersifat kuno maka harus menciptakan Brand Image dengan melakukan promosi melalui web, media sosial, pameran, spanduk atau reklame dan melakukan sosialisasi kepada masyarakat.

c)Lebih berani mengambil resiko terhadap pengembangan-pengembangan inovasi yang sudah ada maupun inovasi yang akan dilaksanakan..

**DAFTAR PUSTAKA**

- A. Parasuraman et al., (1985). "A conceptual model of service quality and its implications for future research" *Journal of marketing*. Vol. 49
- Amabile, T., R. Conti. J. Lazenby, dan M. Herron. 1996. Assesing the Work Environment for Creativity. *Academy of Management Journal* 39 : 1154-1184.
- Atjih Ratnawati, 2015. Keputusan Pelanggan Terhadap Jasa Pengiriman Surat dan Paket.
- Abubakar & Siregar, A.N. 2010. Kualitas Pelayanan Penyuluh Pertanian dan Kepuasan Petani. *Jurnal Penyuluhan Pertanian*, Vol. 5(1), 1-15.
- A Dwipraja W, 2017, Pengaruh Teknologi Informasi dan E - Commerce terhadap Kinerja Usaha (Studi Kasus Perusahaan Fabrikasi Mie, Baso dan Sosis YEN Kota Bandung)
- Agustin, M & Trigono, A 2016. Determinan Kualitas Pelayanan Penyajian Makanan Pasien Rawat Inap Pada Unit Gizi Rsud Kabupaten Bekasi Tahun 2015. Vol 7 No 1.
- Bovaird, T. Loffer. E. 2003. *Public Management and Governance*. New York : Routledge.
- Budiastuti. 2002. Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Rumah Sakit. *Trans Info Media*. Jakarta.
- Goetsch, DL & Davis .2019 *Introduction to Total Quality: Quality, Productivity, Competitiveness*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall Internasional, Inc
- Hardanti dan Saraswati, Erwin. 2013. Faktor Minat Perilaku Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce. *Simposium Nasional Akuntansi XVI*.
- Hood, C. 1991. *A Public Management for All Season*. *Royal Institute Public Administration Journal* Volume 69, 1 : 1- 19.
- Hardiyansyah. 2001. *Kualitas Pelayanan Publik: Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasinya*. Yogyakarta: Gava Media.
- Janet, V, dan Robert, B. 2007. *The New Public Service*. New York : M.E.Sharpe.
- Johnson Robert dikutip oleh Saraswati dan Baridwan, Zaki. 2013. *Penerimaan Sistem E-Commerce : Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Risiko*, *JIMFEB*. Volume 1. Nomor 2.
- Keban, YT. (2004), *Enam Dimensi Administrasi Publik (Konsep Teori dan Isu)*.Gava Yogyakarta: Media.

- Kotler, Philip (2000). Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen, Jakarta : Prenhalindo
- Lofland dan Lofland dikutip oleh Moleong. Lexy J, 2007. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Rosdakarya.
- LAN, 2007. Dimensi Pelayanan Publik dan Tantangannya Dalam Administrasi Negara (Publik) Di Indonesia. Jakarta:Bagian Humas dan Publikasi.
- Mcleod, R. Dan Schell, Jr., G. P., 2008, Management Information System, Edisi 10, Jakarta : Salemba Empat.
- Miles, Matthew B. Dan A. Michael Huberman, 1992. Ananlisis Data Kualitatif. Jakarta : Salemba Empat.
- Muluk, M.R Khairul. 2008. Knowledge Management: Kunci Sukses Inovasi Pemerintahan Daerah Malang: Bayumedia.
- Mahmudi, 2010. Manajemen Kinerja Sektor Publik. Penerbit UUP STIM YKPN, Yogyakarta.
- M Siti, 2013, Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha, ISSN 2656-1301, Jakarta.
- Mardiasmo.2002. Akuntansi Sektor Publik. Andi Offset,Yogyakarta.
- Moleong. Lexy J, 2007. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Purwanto, S. 2007. Kepuasan Pasien terhadap Pelayanan Rumah Sakit. Available online at <http://klinis.wordpress.com>
- Rademarkers, Martijn. 2005. Corporate universities : driving firce of knowledge innovation, journal workplace learning : 2005 : 17 ; ABI/INFORM Global, pg 130.
- Rahmulyono A. 2008. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Puskesmas Depok I Sleman Yogyakarta. (Skripsi). Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Yogyakarta. Universitas Islam Indonesia.
- Saraswati dan Baridwan, Zaki. 2013. Penerimaan Sistem E-Commerce : Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Risiko, JIMFEB. Volume 1. Nomor 2.
- Syahrial, Syahrial (2020) Journal - Effect Of Online Marketing (E-Commerce) Activities To The Advantages Of Competing Traditional Culinary Products In South Sulawesi. Effect Of Online

Marketing (E-Commerce) Activities To The Advantages Of Competing Traditional Culinary Products In South Sulawesi, 2 (1). pp. 66-72.

Sugiyono, 2006, Metode Penelitian Administrasi, Alfabeta, Bandung.

Siregar. 2010. Statistika Deskriptif untuk Penelitian, Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS versi 17 Raja Grafindo Persada. Jakarta

Siti Wahyuningsih, 2013. Pengembangan Layanan Jasa Pengiriman PT Pos Indonesia Untuk Kebutuhan Masyarakat di Kota Bandung.

Syahrial, H Lily Dianafitry, M Muhammad, Z Faisal Akbar, 2020, Effect of Online Marketing (E-Commerce) Activities to the Advantages of Competing Traditional Culinary Products in South Sulawesi, Volume 2, No. 1, ISSN 2656-1301, Makassar.

Sampara, Lukman. 1999. Manajemen Kualitas pelayanan. Jakarta : STIA- LAN Press. Satori.

Tri Susilowati, 2014. Studi Tentang Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan PT Pos Indonesia (PERSERO) di Kantor Pos Samarinda 75000.

Tjiptono, Fandy. 1995. Manajemen Jasa. Yogyakarta: Andi.

Prasetyo, 2013. Inovasi PT Pos Indonesia Dalam Menjaga Eksistensi dan Daya Saing Pelayanan Publik.

P Dwi, K Susinah, 2017, Biaya Produksi, E-Commerce dan Penjualan Produk Pada Sentra Kaos Bandung, Vol.2, No.2, E-ISSN: 2528-0163, Bandung.

Zeithaml, Valerie A., A. Parasuraman & Leonard L. Berry. 1990. Delivering Quality Service. New York: The Free Press.