

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT. Pos Indonesia saat ini merupakan salah satu perusahaan berorientasi bisnis yang melayani jasa pos dan produk-produk pendukung jasa pos. PT. Pos Indonesia merupakan Perusahaan Milik Negara yang diberi subsidi dan sekaligus menjadi agen pemerintah dalam memberikan pelayanan sosial jasa pos kepada pemerintah dan masyarakat.

PT. 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. Bentuk usaha Pos Indonesia ini berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1995. Peraturan Pemerintah tersebut berisi tentang pengalihan bentuk awal Pos Indonesia yang berupa perusahaan umum (perum) menjadi sebuah perusahaan (persero).

Dalam melaksanakan pelayanan pos di Indonesia, Pos Indonesia membagi wilayah negara Indonesia sebelas daerah atau divisi regional dalam pengoperasiannya. Pembagian divisi-divisi tersebut mencakup semua provinsi yang ada di Indonesia. Setiap divisi meliputi satu atau beberapa provinsi yang menjadi bagian dari divisi tersebut dan melakukan berbagai ekspansi agar dapat melakukan bisnis *go internasional*.

Ekspansi wilayah pelayanan Pos Indonesia tidak hanya meliputi wilayah Indonesia saja, tetapi juga sudah meliputi dunia internasional. Pelayanan dalam skala internasional ini memungkinkan Pos Indonesia untuk melaksanakan salah

satu tujuannya untuk bisa *go international*. Ekspansi wilayah pelayanan Pos Indonesia ini dilakukan dengan menjalin kerja sama dengan badan-badan usaha di negara lain yang berskala internasional. Menurut Lovelock (2002:87): Kualitas bisa dikatakan sebagai keunggulan dan sebagai penyampaian layanan yang relatif terhadap apa yang diharapkan pelanggan.

Andil Pos Indonesia dalam melayani pelanggannya, baik di skala nasional ataupun internasional, tidak terbatas hanya dalam dunia perposan, tetapi juga dalam dunia keuangan. Fasilitas transfer uang melalui Pos Indonesia bisa dinikmati oleh para pelanggannya. Fasilitas pembayaran tagihan listrik, air, dan telepon pun bisa dinikmati di kantor-kantor Pos Indonesia. Berbagai kemudahan yang ditawarkan dalam pelayanan Pos Indonesia terhadap pelanggannya merupakan suatu strategi yang diambil oleh Pos Indonesia untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya.

Untuk menghindari keluhan atas pelayanan yang kurang baik dan mencegah kekecewaan pelanggan, PT. Pos Indonesia Cabang Padang memberikan pelayanan yang baik dan beretika. Etika mengandung nilai yang benar dan salah dianut masyarakat sehingga menjadi pegangan bagi seseorang atau kelompok dalam mengatur tingkah lakunya.

Etika mencoba merangsang timbulnya moral, mencoba nilai-nilai hidup yang baik dan benar. Agar pelanggan PT. Pos Indonesia cabang Padang tidak berpindah kepada perusahaan lain yang lebih memberikan pelayanan serta etika yang sangat baik diberikan oleh karyawan perusahaan lain. Etika pelayanan PT. Pos Indonesia cabang Padang juga disesuaikan dengan standar-standar pelayanan

yang dibuat oleh PT. Pos Indonesia sehingga dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Menjalankan etika pelayanan yang baik tidak hanya akan bermanfaat bagi perusahaan saja, namun juga akan bermanfaat bagi pelanggan yang berhubungan langsung ataupun masyarakat luas dengan karyawan PT. Pos Indonesia.

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk membuat tugas akhir dengan judul:

“ETIKA DAN STANDAR PELAYANAN KONSUMEN PADA PT. POS INDONESIA CABANG PADANG”

1.2 Rumusan Masalah

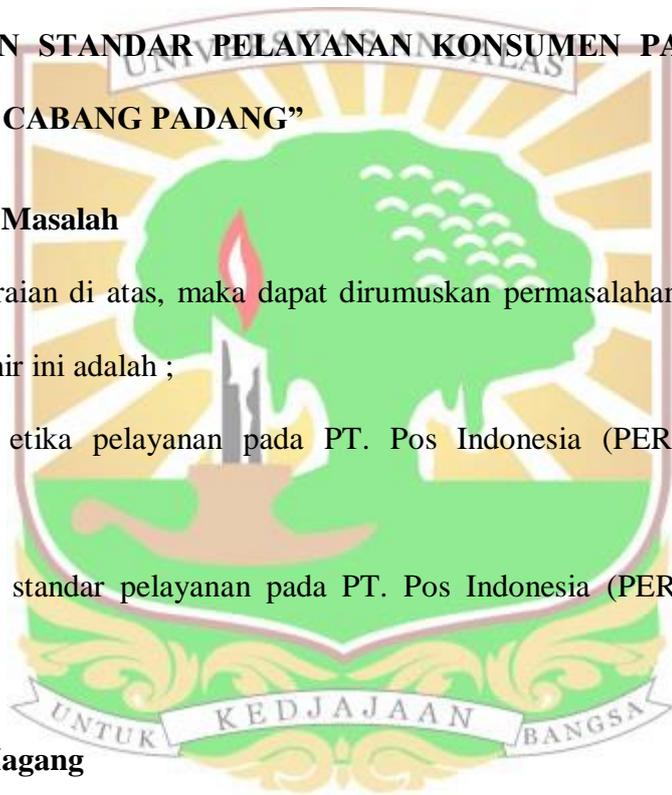
Dari uraian di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang di bahas pada tugas akhir ini adalah ;

1. Bagaimana etika pelayanan pada PT. Pos Indonesia (PERSERO) cabang Padang ?
2. Seperti apa standar pelayanan pada PT. Pos Indonesia (PERSERO) cabang Padang ?

1.3 Tujuan Magang

Adapun tujuan magang ini, yaitu:

- a. Untuk mengetahui bagaimana etika pelayanan terhadap konsumen PT. Pos Indonesia (PERSERO) cabang Padang .
- b. Untuk mengetahui seperti apa standar pelayanan pada PT. Pos Indonesia (PERSERO) cabang Padang.



1.4 Manfaat Magang

Adapun manfaat dari magang ini adalah sebagai berikut:

a. Bagi Penulis

magang ini bermanfaat untuk menambah ilmu, wawasan dan pengetahuan penulis mengenai etika pelayanan terhadap konsumen PT. Pos Indonesia cabang Padang.

b. Bagi Pembaca dan Masyarakat

Hasil magang ini dapat menjadi bahan bacaan dan memberikan sumbangan terhadap magang serupa.

c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat memberikan masukan kepada kantor cabang Padang dalam meningkatkan pelayanan terhadap konsumen

1.5 Tempat dan Waktu Magang

Untuk memenuhi mata kuliah wajib yang harus diikuti oleh penulis, maka penulis melaksanakan magang yang sesuai dengan judul tugas akhir yang diajukan oleh penulis, yaitu ETIKA DAN STANDAR PELAYANAN KONSUMEN PT POS INDONESIA CABANG PADANG.

1.6 Sistematika Laporan Magang

Adapun sistematika laporan magang ini adalah:

BAB I : PENDAHULUAN

Menjelaskan latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan magang, manfaat magang , tempat dan waktu magang, dan sistematika laporan magang.

BAB II : LANDASAN TEORI

Memberikan landasan teori yang menjelaskan teori – teori pendukung yang digunakan dalam penjelasan dan pembahasan tugas akhir. (laporan Magang)

BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Menguraikan tentang gambaran umum perusahaan, sejarah berdirinya PT. POS Indonesia cabang Padang

BAB IV : PEMBAHASAN

Menguraikan tentang etika pelayanan terhadap konsumen pada PT. POS Indonesia cabang Padang

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan tentang kesimpulan dan saran berdasarkan hasil – hasil pembahasan dari pelaksanaan magang yang dilakukan oleh penulis.

