

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Dalam persaingan dunia bisnis seperti sekarang di dalam zaman globalisasi pelanggan merupakan faktor yang sangat penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Pelanggan harus di jaga agar tetap memakai produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Perusahaan harus memberikan sesuatu yang lebih bagi pelanggannya melebihi apa yang diharapkan oleh pelanggan itu sendiri. Pelanggan harus dibuat puas atas produk atau penggunaan jasa yang dipakainya agar mereka selalu setia menggunakan produk atau jasa yang dihasilkan. Menurunnya keuntungan yang diterima oleh perusahaan selain kesalahan manajemen dalam menjalankan perusahaanya bisa disebabkan oleh kekurangpekaan para petinggi perusahaan dalam melihat keinginan dan kebutuhan para konsumennya terhadap produk yang dihasilkan atau jasa yang ditawarkan juga tidak tahu cara memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan sehingga keinginan dan kebutuhannya terpenuhi dan ia merasa puas melebihi apa yang dapat diberikan oleh pesaing.<sup>1</sup>

Citra perusahaan yang baik akan terbentuk apabila perusahaan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumennya. Sebuah citra perusahaan yang baik berfungsi sebagai sebuah strategi yang efektif dalam memenangkan persaingan dalam dunia bisnis. Perusahaan yang

---

<sup>1</sup>Zein Bastiar, "Service Excellent Dalam Rangka Membentuk Loyalitas Pelanggan", *Manajerial Vol. 8*, 16 (Januari, 2010), 55.

ingin tetap mempertahankan status mereka dalam mempertahankan citra yang baik harus terus menjaga kualitas layanan. Hal ini menjadi perhatian mutlak bagi perusahaan yang tidak hanya harus menghadapi para pesaingnya, tetapi juga harus mengetahui kebutuhan para pelanggannya yang terus berubah, bervariasi, dan sadar akan kebutuhan mereka. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan terus menerus harus dilakukan.<sup>2</sup>

Menurut R.A Supriyono pelayanan adalah kegiatan yang diselenggarakan organisasi menyangkut kebutuhan pihak konsumen yang berkepentingan sehingga dilayani dengan keinginan konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri. Dengan adanya pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa puas. Dengan demikian pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Sedang definisi yang lain menyatakan pelayanan atau *service* adalah setiap kegiatan atau manfaat yang diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.<sup>3</sup>

Selanjutnya Moenir juga mengatakan pelayanan umum adalah kegiatan yang oleh seseorang (sekelompok orang) dengan landasan faktor material melalui sistem, prosedur dan metode dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. Moenir mengemukakan bahwa pelaksanaan pelayanan dapat diukur, oleh karena

---

<sup>2</sup> Ibid.

<sup>3</sup> Malayu Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta : PT.Bumi Aksara,2005), 152.

itu dapat ditetapkan standar baik dalam waktu yang diperlukan maupun hasilnya. Dengan adanya standar manajemen dapat merencanakan, melaksanakan, mengawasi, dan mengevaluasi kegiatan pelayanan agar hasil akhir memuaskan kepada pihak-pihak yang mendapatkan pelayanan.<sup>4</sup>

Standar pelayanan merupakan ukuran yang dibakukan dalam penyelenggaraan pelayanan publik yang wajib ditaati oleh pemberi dan atau penerima pelayanan. Menurut Keputusan MENPAN Nomor 63 Tahun 2004, standar pelayanan sekurang-kurangnya meliputi prosedur pelayanan, waktu penyelesaian, biaya pelayanan, produk pelayanan, sarana dan prasarana, serta kompetensi petugas pemberi pelayanan.<sup>5</sup> Fasilitas yang baik, peralatan yang canggih serta karyawan yang mempunyai keahlian di bidangnya merupakan contoh dari standar pelayanan yang akan membuat konsumen merasa puas dan akan mencapai standar pelayanan yang baik.

Pelayanan ditentukan oleh manajemennya, manajemen yang baik serta sesuai dengan ketentuan akan menjadikan pelayanan menjadi baik, terlebih sesuai dengan syariah agama Islam, sehingga manajemennya menjadi manajemen syariah. Dimana menurut Tho'in, Syariah Islam adalah sebuah aturan hukum yang ditetapkan oleh Allah SWT untuk kemaslahatan seluruh ummat manusia. Adapun inti produk yang dimaksud biasanya merupakan jasa tertentu. Oleh karena itu pentingnya

---

<sup>4</sup> Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum* (Jakarta : Bumi Aksara, 2006), 275.

<sup>5</sup> Ratminto dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), 23-24.

mengetahui secara teoritis tentang batasan, pengertian, dan faktor-faktor yang mempengaruhi dari pada pelayanan itu sendiri.<sup>6</sup>

Manajemen syariah adalah perilaku yang terkait dengan nilai-nilai keimanan dan ketauhidan. Setiap perilaku orang yang terlibat dalam sebuah kegiatan dilandasi dengan nilai tauhid, maka diharapkan perilakunya akan terkendali dan tidak terjadi perilaku KKN (korupsi, kolusi, dan nepotisme) karena menyadari bahwa adanya pengawasan dari yang Maha Tinggi, yaitu Allah SWT, yang akan mencatat setiap amal perbuatan yang baik maupun buruk.<sup>7</sup> Dalam mengelola suatu bisnis, terdapat sifat Nabi yang menjadi faktor kunci kesuksesan. Yaitu, *Shiddiq, Istiqamah, Amanah, Fathanah* dan *Tabligh*. Salah satu contoh bentuk penerapan dari sifat Nabi dalam mengelola bisnis adalah bertanggungjawab melaksanakan tugas yang diberikan. Ini adalah salah satu perwujudan dari sifat *Amanah*.

Secara geografis, Indonesia merupakan negara kepulauan yang terdiri atas beribu-ribu pulau besar dan kecil berupa daratan dan sebagian besar perairan laut, sungai, dan danau. Di atas teritorial daratan dan perairan tersebut membentang pula teritorial udara yang semuanya itu merupakan wilayah negara Indonesia yang sangat luas. Keadaan wilayah negara Indonesia yang luas ini membutuhkan banyak pengangkutan melalui darat, perairan, dan udara yang mampu menjangkau seluruh wilayah Indonesia, bahkan ke negara-negara lain. Kenyataan ini

---

<sup>6</sup> Sumadi, "Peran Manajemen Syariah Terhadap Peningkatan Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Sakit Islam Di Kota Surakarta", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol. 03, 2* (2017), 112.

<sup>7</sup> Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktek* (Jakarta: Gema Insani Press, 2003), 12.

mengakibatkan kebutuhan pengangkutan di Indonesia makin meningkat sesuai dengan lajunya pembangunan fisik maupun psikis serta perkembangan penduduk Indonesia yang tersebar di seluruh pulau yang dikelilingi laut. Kemajuan dan kelancaran pengangkutan akan menunjang pelaksanaan pembangunan berupa penyebaran kebutuhan, pemerataan, dan pendistribusian hasil pembangunan berbagai sektor ke seluruh pelosok tanah air Indonesia, misalnya sektor industri, perdagangan, pariwisata, dan pendidikan.<sup>8</sup>

Sektor jasa dewasa ini telah mengalami adanya suatu peningkatan. Hal ini dapat dilihat dari adanya berbagai jenis perusahaan jasa, salah satunya jasa di bidang transportasi. Transportasi atau pengangkutan diartikan sebagai pemindahan barang dan manusia dari tempat asal ke tempat tujuan dengan menggunakan kendaraan.<sup>9</sup> Maraknya situs belanja online dan tingginya transaksi yang terjadi di sana, membuat peluang bisnis pengiriman barang menjadi jauh lebih cerah selama beberapa tahun terakhir ini. Penjual dan pembeli hanya bertemu secara online, sehingga mereka membutuhkan perusahaan jasa pengiriman untuk menyampaikan berbagai pesanan yang terjadi di dalam transaksi jual beli online yang mereka lakukan. Peran perusahaan jasa pengiriman barang begitu besar

---

<sup>8</sup> Abdulkadir Muhammad, *Hukum Pengangkutan Niaga* (Bandar Lampung: Citra Aditya Bakti, 2013), 89.

<sup>9</sup> Suharto Abdul Majid, *Customer Service dalam Bisnis Jasa Transportasi* (Jakarta: PT RajaGrafindoPersada, 2009), 193-194.

dalam hal ini, itulah mengapa peluang bisnis ekspedisi menjadi begitu baik belakangan ini.<sup>10</sup>

Semakin banyaknya masyarakat yang menggunakan jasa pengiriman, maka kualitas pelayanan menjadi sangat penting untuk memenangkan persaingan. Dengan memahami apa yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen dari kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan didapat suatu nilai tambah tersendiri bagi perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan perlu mendapat perhatian besar dari perusahaan, karena kualitas pelayanan mempunyai hubungan langsung dengan kemampuan bersaing dan tingkat keuntungan perusahaan.

Kepuasan konsumen terhadap perusahaan jasa diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu pelayanan sesuai dengan kenyataan yang diterima tentang pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Jika pelayanan suatu perusahaan jasa tersebut jauh dibawah harapan konsumen maka konsumen akan kecewa. Sebaliknya, jika layanan yang diberikan memenuhi harapan konsumen, maka konsumen akan senang. Harapan konsumen dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan pelayanan suatu perusahaan jasa, omongan orang lain dan informasi iklan.<sup>11</sup>

PT. Pos Indonesia (Persero) atau biasa dikenal dengan Kantor Pos adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang pengiriman atau

---

<sup>10</sup> Siti Hadijah, "Perbedaan Jasa Pengiriman Pos Indonesia, JNE, Tiki, Fedex, dan Online, *Cermati.com*, <https://www.cermati.com/artikel/perbedaan-jasa-pengiriman-pos-indonesia-jne-tiki-fedex-dan-online>, 24 Oktober 2016, diakses tanggal 10 Oktober 2017.

<sup>11</sup> Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yuliati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jne Cabang Bandung", *DeReMa Jurnal Manajemen Vol. 11, 2* (September, 2016), 266-267.

logistik. Pos Indonesia merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa kurir, logistik, dan transaksi keuangan. Nama Pos Indonesia (Persero) secara resmi digunakan pada tahun 1995, setelah sebelumnya menggunakan nama dinas PTT (Posts Telegraaf end Telefoon Diensts) pada Tahun 1906; kemudian berubah menjadi Djawatan PTT (Pos Telegraph and Telephone) pada tahun 1945; kemudian berubah status menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel) di tahun 1961; dan menjadi PN Pos & Giro di tahun 1965, serta kemudian menjadi Perum Pos dan Giro di tahun 1978. Dalam sejarahnya, Pos Indonesia merupakan salah satu BUMN tertua di Indonesia.<sup>12</sup>

PT. Pos Indonesia (Persero) mempunyai jaringan yang sangat luas hingga 4.800 Kantorpos *online*. Jumlah titik layanan (*Point of Sales*) mencapai 58.700 titik dalam bentuk Kantorpos, Agenpos, *Mobile Postal Service*, dan lain-lain. Pos Indonesia memiliki jaringan yang *dedicated*, sistem distribusi yang handal, *Track and Trace*, layanan yang prima, kecepatan, ketepatan, serta harga yang kompetitif. Kantorpos merupakan tempat strategis untuk transaksi penjualan dan atau distribusi barang dan jasa. Produk-produk yang ditawarkan oleh PT Pos Indonesia adalah Pos Express, Surat Pos Biasa, Paket Pos, Pos Kilat Khusus, Express Mail Service (EMS), dan Admail Pos. Sedangkan untuk jasa keuangan yang

---

<sup>12</sup> “Sekilas PT Pos Indonesia (Persero)”, *Sub Portal BUMN*, <http://www.bumn.go.id/posindonesia/halaman/41/>, diakses tanggal 4 September 2018.

ditawarkan adalah Pos Pay, Wesel Pos, Giro Pos, Fund Distribution, dan Bank Chaneling.<sup>13</sup>

Jenis-jenis layanan pengiriman paket pos yang terdapat pada Kantor Pos Kediri adalah Paket Pos Biasa, Paket Pos Express dan Paket Pos kilat khusus. Berikut adalah tabel standar pelayanan pengiriman pada PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Kota Kediri:

**Tabel 1.1**  
**Standar Pelayanan Pengiriman**

<b>Jenis Layanan Paket Pos</b>	<b>Estimasi Waktu</b>
Paket Pos Biasa	14 hari
Paket Pos Kilat Khusus	4 hari
Paket Pos Express	1 hari

Sumber data: Bapak Heri selaku Manajemen SDM PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Kota Kediri.<sup>14</sup>

Konsumen yang akan mengirimkan barangnya tersebut mendatangi Kantor Pos dengan membawa barang yang akan dikirim dan melakukan transaksi bersama adanya kesepakatan dengan pihak Kantor Pos. Kemudian konsumen membayar sesuai dengan layanan yang telah dipilih serta adanya penyerahan bukti pembayaran tersebut. Akan tetapi pada prakteknya juga mendapatkan banyak keluhan dari para konsumen yang menggunakan jasa ini. Salah satu masalah yang sering terjadi adalah terjadinya keterlambatan dari perjanjian transaksi yang telah dilakukan dan disepakati diawal. Selain keterlambatan, permasalahan lain seperti barang rusak, barang tertukar serta masalah-masalah lain juga

<sup>13</sup> “PT Pos Indonesia (Persero)”, *Pos Indonesia*, <http://www.posindonesia.co.id/index.php/pos-indonesia/>, diakses tanggal 4 September 2018.

<sup>14</sup> Heri, Manajemen SDM PT. Pos Indonesia (Persero), Kediri, 31 Agustus 2018.



mengakibatkan konsumen mengeluh. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya data keluhan pelanggan PT. Pos Indonesia. Berikut adalah tabel data jumlah keluhan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Kota Kediri:

**Tabel 1.2**  
**Data Jumlah Keluhan**  
**(Dalam 7 bulan terakhir tahun 2018)**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah</b>
Januari	53
Februari	19
Maret	36
April	43
Mei	39
Juni	33
Juli	48

Sumber data: Bapak Heri selaku Manajemen SDM PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Kota Kediri.

Data keluhan diatas adalah berdasarkan jumlah konsumen dari PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Kota Kediri selama 7 bulan terakhir. Berikut adalah tabel data jumlah konsumen pada PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Kota Kediri:

**Tabel 1.3**  
**Data Jumlah Konsumen**  
**(Dalam 7 bulan terakhir tahun 2018)**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah</b>
Januari	27.668
Februari	26.847
Maret	32.527
April	28.124
Mei	29.864
Juni	22.226
Juli	44.774

Sumber data: Bapak Heri selaku Manajemen SDM PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Kota Kediri.

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa masih banyaknya keluhan yang terjadi pada setiap bulannya. Akan tetapi jumlah konsumen pada PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Kota Kediri tetap banyak dan tidak mengalami penurunan secara drastis. Sebagaimana perusahaan jasa pengiriman lainnya, Kantor Pos Kota Kediri menginginkan perusahaannya dapat mempertahankan pelanggan lama yang menjadi sumber pendapatan dan memberikan pelayanan yang lebih baik untuk menarik minat pelanggan baru yaitu dengan cara mengelola manajemen dengan baik. Karena semakin baik manajemen dari sebuah perusahaan, maka semakin meningkat pula tingkat loyalitas masyarakat dalam menggunakan jasa perusahaan tersebut. Begitu juga sebaliknya, apabila manajemen dari perusahaan kurang baik maka tingkat loyalitas masyarakat akan menurun.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai permasalahan tersebut dengan mengambil judul “Analisis Standarisasi Pelayanan Produk Jasa Pengiriman Barang dalam Perspektif Manajemen Syariah (Studi Kasus PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Kota Kediri)”.

## **B. Fokus Penelitian**

Dari latar belakang diatas, maka fokus penelitian dirumuskan pada:

1. Bagaimana analisis standarisasi pelayanan produk jasa pengiriman barang pada PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Kota Kediri?
2. Bagaimana analisis standarisasi pelayanan produk jasa pengiriman barang pada PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Kota Kediri dalam perspektif manajemen syariah?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penulisan proposal ini yaitu sebagai berikut:

1. Menjelaskan analisis standarisasi pelayanan produk jasa pengiriman barang pada PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Kota Kediri.
2. Menjelaskan analisis standarisasi pelayanan produk jasa pengiriman barang pada PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Kota Kediri dalam perspektif manajemen syariah.

## **D. Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini mempunyai beberapa manfaat, antara lain ialah:

1. Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan aplikasinya mengenai teori-teori tentang standar pelayanan dalam perspektif manajemen syariah.

## 2. Aspek Praktis

Bagi masyarakat dapat membantu dalam mengetahui standarisasi pelayanan yang sesuai dengan perspektif manajemen syariah pada jasa pengiriman barang dan bagi perusahaan dapat memberikan masukan sebagai bahan untuk perkembangan perusahaan pada masa yang akan datang.

## E. Telaah Pustaka

Dari beberapa karya tulis sebelumnya yang membahas tentang tema ini maka penulis menemukan beberapa karya tulis, diantaranya:

1. Penelitian dilakukan oleh Siti Atminatun Zulaikah yang berjudul “Pelayanan Prima Pengurusan Ibadah Haji Plus dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Penyelenggaraan Perjalanan Umroh dan Haji Plus PT. Arminareka Perdana)”. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa masalah yang terjadi pada PT. Arminareka Perdana bukan pada produk yang diberikan kepada masyarakat, akan tetapi bagaimana memberikan pelayanan kepada jamaah dengan sebaik mungkin. Pelayanan yang prima akan membuat jamaah merasa nyaman dan puas. Apalagi pelayanan yang diberikan dilakukan dengan berpedoman pada etika bisnis islam, tentunya bisnis yang dijalankan bisa dipercaya oleh masyarakat luas. Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah bagaimana

memberikan pelayanan dengan sebaik mungkin agar konsumen merasa nyaman dan puas menggunakan jasa pengiriman pada perusahaan tersebut. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian saat ini berpedoman pada manajemen syariah yang berfokus pada sifat Nabi dalam mengelola bisnis.

2. Penelitian dilakukan oleh Eva Vera Yuliana yang berjudul “Implementasi Pelayanan Kepesertaan BPJS Kesehatan Kantor Cabang Utama Kediri di Tinjau dari Etika Pelayanan Islam”. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa masalah yang terjadi adalah masih ada beberapa hal dalam pelayanan duta BPJS Kesehatan yang belum sesuai dengan harapan para peserta, seperti efisiensi waktu dengan cepat dan ketepatan pelayanan kepada peserta. Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah berfokus pada sifat Nabi dalam mengelola bisnis. Perbedaannya adalah penelitian saat ini berpedoman pada manajemen syariah sedangkan penelitian terdahulu berpedoman pada etika pelayanan Islam.