

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pelayanan publik merupakan suatu bentuk layanan yang diberikan oleh pemerintah atau lembaga publik dengan tujuan untuk memenuhi hak-hak mendasar warga negara. Pelayanan Publik merupakan suatu tolak ukur kinerja pemerintah sebagai wujud penyelenggaraan yang paling dirasakan oleh masyarakat. Masyarakat sebagai penerima pelayanan dapat menilai secara langsung bagaimana kinerja Pemerintah dapat dikatakan maksimal atau belum. Artinya Pelayanan publik yang baik merupakan indikator penting dari pemerintahan yang efektif dan berfungsi dengan baik. (Bambang Suryantoro & Yan Kusdyana, 2020)

Dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 2009, dijelaskan bahwa Pelayanan Publik adalah suatu rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara atas barang, jasa, dan pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik. Sejalan dengan definisi ini, artinya pelayanan publik merupakan segala bentuk jasa pelayanan yang diberikan kepada publik atau masyarakat yang dilaksanakan dan menjadi tanggung jawab Pemerintah Pusat, daerah dan pada ruang lingkup Badan Usaha Milik negara atau Badan Usaha Milik Daerah yang berkedudukan sebagai penyelenggara pelayanan publik. (Syahputri, 2019)

Sesuai dengan penjelasan diatas tentang peran pemerintah sebagai pelayan publik melalui Badan Usaha Milik Negara (BUMN), hal ini juga dijelaskan dalam dalam UUD 1945 pasal 33 Ayat 2 yang menyebutkan cabang-cabang produksi yang

penting bagi negara dan menguasai hajat hidup orang banyak dikuasai oleh negara. Artinya pelayanan umum atau publik menjadi sebuah kewajiban yang dibebankan oleh negara kepada penyelenggara yaitu badan usaha milik negara yang diciptakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan sumber pemasukan negara. (Ardiputra & Prawira, 2020)

Hal ini juga diperjelas melalui Undang undang Nomor 19 Tahun 2003 Tentang BUMN. BUMN adalah badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh negara melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan negara yang dipisahkan. Berdasarkan penjelasan menurut undang undang tersebut, artinya negara berkuasa penuh dan memegang kendali atas cabang cabang produksi yang dibentuk oleh negara seperti Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Maka dari itu Sebagai badan penyedia layanan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat indonesia dan juga badan usaha yang dibangun sebagai salah satu sumber pemasukam negara, Badan Usaha Milik Negara (BUMN) mempunyai tuntutan untuk terus melakukan upaya pengembangan pada segi pelayanan sehingga kemacetan dalam sebuah badan usaha tidak terjadi. (Warsono et al., 2018)

Salah satu badan usaha milik negara yang mengalami tantangan besar untuk terus berupaya meningkatkan kualitas pelayanan agar tidak tenggelam dalam persaingan dunia usaha yaitu PT. Pos Indonesia sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang layanan jasa pengiriman yang telah berdiri sejak tahun 26 Agustus 1746. Pos Indonesia diketahui telah mengalami beberapa kali perubahan status selama bertahun-tahun kehadirannya. Kemudian dikeluarkan bentuk usaha berdasarkan peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1995

menjadi Perseroan Terbatas dengan nama PT. Pos Indonesia (persero) yang bertahan hingga saat ini.

<https://www.posindonesia.co.id/id/content/sejarah-pos>.

PT. Pos Indonesia sebagai sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak sektor layanan jasa pengiriman yang dimana saat ini harus bisa menjawab dan menghadapi segala hambatan dan tantangan yang disukai atau tidak disukai perusahaan dan mau tidak mau harus melakukan perubahan serta dituntut untuk terus berupaya melakukan sebuah inovasi dalam rangka untuk memenuhi tuntutan peningkatan kualitas layanan kepada masyarakat. Sebagai bagian dari masyarakat yang memiliki hak penerima pelayanan, dimana prinsip administrasi publik di Indonesia juga mengalami perkembangan dan pergeseran paradigma mengikuti perkembangan dan gagasan menurut para ahli di dunia, yang dimana saat ini praktik administrasi publik di Indonesia telah mengarah pada prinsip-prinsip paradigma *new public service* yang menepatkan masyarakat sebagai orientasi utama dalam memberikan pelayanan kepada publik, bukan bekerja untuk memenuhi kebutuhan dirinya sendiri atau dalam hal ini untuk memenuhi kebutuhan perusahaan secara material. (Insi, 2020)

Hal ini dikarenakan sebagai organisasi atau perusahaan yang bergerak pada sektor publik, pelayanan yang bermutu atau berkualitas menjadi indikator utama bagaimana hal tersebut menjadi sebuah tuntutan sebagai perusahaan sektor publik memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat. Sejalan menurut Denhardt and Denhardt dalam buku yang berjudul *The New Public Service, serving, Not Steering* edisi keempat, yang menjelaskan Pelayanan Publik Baru berarti melayani, bukan

mengarahkan memberikan kerangka kerja bagi banyak suara yang menyerukan penegasan kembali nilai-nilai demokrasi, kewarganegaraan, dan pelayanan demi kepentingan publik. Artinya Konsep *New Public Service* menepatkan bagaimana posisi masyarakat atau publik menjadi prioritas utama dalam pelayanan. *New Public service* dalam (Denhardt & Denhardt, 2007) juga menegaskan bahwa pemilik kepentingan publik adalah warga negara. (Wicaksono, 2019)

Diketahui kini PT. Pos Indonesia bukanlah satu satunya perusahaan jasa pengiriman yang berdiri di indonesia. saat ini perusahaan swasta yang bergerak dibidang serupa mulai banyak bermunculan di indonesia. Beberapa perusahaan tersebut seperti perusahaan pengiriman J&T, JNE dan beberapa perusahaan swasta lainnya mulai banyak kehadirannya di indonesia. Artinya PT. Pos saat ini tengah berada pada kondisi menghadapi persaingan dunia usaha yang semakin kompetitif dengan perusahaan swasta, dimana digitalisasi layanan menjadi fokus utama menghadapi persaingan ini. (Muharam, 2019)

Sejumlah perusahaan swasta tersebut mulai banyak bermunculan dan secara perkembangan juga berjalan pesat serta menawarkan solusi pengiriman yang lebih handal dan juga memiliki jaringan dan teknologi yang lebih modern. Salah satu contoh beberapa perusahaan swasta yang menjadi pesaing bagi PT Pos indonesia yaitu JNE, J&T dan SiCepat. Beberapa perusahaan swasta tersebut saat ini berkembang pesat dan memiliki sistem pemasaran yang baik lebih baik sehingga persentase pengguna layanan jasa menunjukkan angka yang lebih bagus dari pada PT. Pos, contohnya seperti J&T saat ini paling sering digunakan oleh masyarakat indonesia.

Diketahui J&T masih menduduki peringkat pertama dengan volume pengiriman terbesar di Indonesia. Berikut data perusahaan yang menjadi pesaing PT Pos Indonesia.

**Tabel 1.1**  
**Index persentase peringkat jasa kurir terbaik di Indonesia**

NO	BRAND	Persentase Pengguna
1	J&T Express	33.30%
2	JNE Express	29.10%
3	TIKI	10.60%
4	POS INDONESIA	7.10%

Sumber : <https://www.topbrand-award.com> (Di akses pada tanggal 11 Desember 2023)

Dari sumber data yang didapatkan oleh peneliti, terlihat bahwasanya PT. Pos Indonesia masih terbilang kalah dalam bersaing dengan perusahaan swasta tersebut. Dari tabel persentase yang ditampilkan diatas PT. Pos justru mengalami stagnasi ditengah-tengah menjamurnya para pesaing seperti J&T Express, JNE Express, TIKI dan perusahaan lainnya yang dinilai lebih kompatibel dengan penggunaan teknologi tersebut di era digitalisasi. Dapat dikatakan PT. Pos Indonesia dalam hal ini mungkin belum cukup inovatif dalam mengikuti tren teknologi digital dan pasar serta bisa juga dikatakan program inovasi inovasi yang telah dilakukan belum maksimal atau belum cukup berhasil menarik minat kembali masyarakat. (Lampung et al., 2021).

Penurunan minat pengguna layanan Pos menjadi sinyal penting serta menjadi bahan tinjauan bagi PT. Pos sendiri, bahwanya harus ada tindakan maupun upaya lebih jauh dalam menjawab tuntutan pelanggan dan memenuhi harapan mereka dalam era digital ini. PT. Pos dalam hal ini harus mampu melakukan sebuah

upaya atau inovasi-Inovasi baru terutama dibidang pelayanan untuk dapat menarik kembali minat masyarakat dan bisa memperbaiki kembali inovasi-inovasi yang telah dilakukan agar PT Pos tetap menjadi pilihan utama pelanggannya. Hal ini menjadi tantangan besar bagi sebagian perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman utamanya PT Pos sendiri disaat perusahaan perusahaan tersebut sudah mulai melakukan inovasi untuk tetap menarik minat pelanggan dan menjaga loyalitas pelanggan terhadap perusahaannya.(Puspitasari et al., 2019).

Sesuai dengan penelitian ini dimana peneliti mengambil lokus penelitian pada Kantor Pos Cabang yaitu Kantor Pos Kantor Cabang Sumenep yang tetap bertahan hingga saat ini. Kantor Pos Cabang Sumenep saat ini dapat dikatakan berada dalam posisi yang sulit, diketahui tidak sedikit perusahaan perusahaan jasa pengiriman swasta yang telah cukup lama berdiri di Kabupaten Sumenep seperti J&T, JNE, sicepat dan beberapa perusahaan swasta lainnya yang telah ada di Kabupaten Sumenep. Beberapa perusahaan tersebut menjadi pesaing bagi Pos Sumenep sendiri yang dimana perusahaan tersebut lebih sering diminati oleh masyarakat sebagai pengguna layanan jasa pengiriman khususnya di Kabupaten Sumenep. Terlihat bagaimana penurunan minat pengguna layanan Pos di Sumenep saat ini sudah mulai terjadi. Seperti yang peneliti dapatkan saat melakukan pra-survei di Kantor Pos cabang Unit Kecamatan Pasongsongan dan Dungkek, terbilang sedikit jumlah paket yang diterima setiap harinya di Kantor Pos tersebut, adapun masyarakat yang datang juga dengan keperluan lain seperti pembelian materai. Berbanding terbalik dengan Kantor J&T, JNE ataupun SiCepat, fakta dilapangan

menunjukkan dimana penerimaan paket yang akan dikirimkan jumlah lebih banyak daripada PT. Pos.

Selain itu faktor lain seperti Bisnis e-commerce telah merambah tumbuh pesat di Indonesia, memberikan sebuah alternatif kepada masyarakat yang lebih efisien dan nyaman dalam berbelanja dan pengiriman barang. Maka dari itu tumbuhnya bisnis e-commerce tersebut menawarkan berbagai metode pengiriman dan pelacakan paket yang tidak selalu tersedia melalui layanan Pos Indonesia. Contoh seperti Shopee yang mulai mengepakan sayap bisnisnya tidak hanya pada platform belanja online tetapi mulai merambah kepada bisnis layanan jasa pengiriman yaitu shopee express yang dimana secara otomatis pilihan jasa pengiriman sudah menggunakan layanan pengiriman tersebut. Perusahaan terkait mengambil celah besar untuk dijadikan sebagai kemajuan perusahaan dan peluang untuk merambah ke bisnis yang lain. Upaya inovasi seperti inilah yang bisa dijadikan acuan oleh PT. Pos untuk mamajukan perusahaan. (D. Larasati & Hwihanus, 2023).

Dalam hal ini artinya kemajuan teknologi digital juga menyeret kepada dunia usaha yang saat ini sudah mulai beradaptasi perkembangan teknologi digital dan mulai merespon secara cepat era kemajuan digital. ini juga menjadi sebuah tuntutan kepada setiap perusahaan, utamanya perusahaan atau organisasi yang bergerak pada sektor publik seperti halnya PT. Pos Indonesia yang secara aktivitas bersentuhan langsung dengan publik yang dimana menjadi tuntutan untuk terus melakukan sebuah upaya inovasi agar tidak tenggelam dalam sebuah persaingan

yang semakin ketat dan juga untuk perkembangan perusahaan tersebut.(Abdul et al., 2022).

Selain itu faktor perubahan perilaku konsumen juga menjadi hal yang tidak bisa dikesampingkan. Dalam hal ini peneliti mencoba melihat dari sudut pandang peneliti sendiri sebagai generasi muda. Pasalnya teknologi digital mungkin memiliki preferensi yang berbeda dalam hal komunikasi dan pembelian barang. Mereka cenderung lebih menyukai solusi digital daripada layanan pos yang terbilang belum cukup dikenal dalam inovasi programnya dikalangan generasi muda saat ini. Menurut Saefullah (2008:28) menegaskan bahwa dalam rangka memberikan pelayanan publik diperlukan upaya untuk memahami kepentingan dan sikap masyarakat, karena cepatnya perubahan dunia menuju kehidupan yang lebih modern berdampak pada perilaku dan sikap masyarakat secara keseluruhan.

Hal ini bukan tanpa sebab mayoritas masyarakat lebih berminat menggunakan layanan yang dinilai lebih fleksibel, pasalnya teknologi digital kini dapat merubah perilaku kehidupan kita secara signifikan pada semua aspek kehidupan kita sehari-hari yang dapat memudahkan akses segala informasi dengan menggunakan perangkat yang sudah terhubung dengan internet. Maka dari itu PT. Pos harus mampu menghadapi perubahan kondisi ini dan mampu beradaptasi dalam memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin kompleks (Munajah Nasution & Aslami, 2022).

Menjadi tugas penting bagi PT. Pos sebagai badan usaha milik negara untuk dapat membaca tren pasar serta perilaku keinginan konsumen yang terus mengalami perubahan dalam waktu mengikuti perkembangan zaman. Bagaimana

perubahan ini nyata dirasakan pada era sekarang ini, dimana kemajuan teknologi digital dapat merubah pola kehidupan masyarakat yang serba menginginkan kemudahan dan secara sadar perubahan inilah yang tidak dapat dihindari. Sejalan Menurut Everett Rogers, dalam konteks pelayanan publik, inovasi dapat berarti pengenalan metode, teknologi, atau pendekatan baru untuk memberikan pelayanan yang lebih baik kepada masyarakat. Maka pendapat menurut ahli tersebut dapat diartikan bahwasanya harus ada upaya yang dilakukan dalam bidang pelayanan publik, upaya tersebut dapat berupa sebuah inovasi yang dapat memudahkan akses pelayanan.

Seperti yang diketahui bahwasanya PT Pos sebagai sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang layanan jasa, maka dari itu pelayanan disini menjadi sebuah indikator utama penilaian masyarakat sebagai pengguna layanan tersebut. Menurut Hardiyansyah (2011) Organisasi pelayanan publik mempunyai ciri *public accountability* dimana setiap warga negara mempunyai hak untuk mengevaluasi kualitas pelayanan yang diterima. Artinya peran masyarakat menjadi elemen pertama dalam sebuah penilaian kualitas pelayanan yang diberikan. Pelayanan yang belum optimal memaksa organisasi publik untuk bisa melakukan inovasi sebagai bagian dari upaya yang dilakukan, karena inovasi sangat penting dilakukan dalam untuk mengatasi kebuntuan dan kemacetan organisasi sektor publik serta untuk menjaga eksistensi perusahaan.(El-riyazah et al., 2019).

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan mengenai penelitian ini, peneliti tertarik untuk membahas lebih lanjut tentang upaya Kantor Pos dalam

menjaga eksistensi dan daya saing perspektif *New Public Service* dengan studi di Kantor Pos Cabang Sumenep.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan dikaji oleh penulis dalam penelitian ini adalah bagaimanakah upaya kantor Pos dalam menjaga eksistensi dan daya saing Perspektif *New Public Service* Studi Di Kantor Pos Kabupaten Sumenep ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang dikemukakan diatas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui upaya kantor Pos dalam menjaga eksistensi dan daya saing Perspektif *New Public Service* Studi Di Kantor Pos Kabupaten Sumenep di tengah persaingan dunia usaha yang bergerak dibidang yang sama.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Secara teoritis**

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan tambahan pengetahuan dalam ilmu administrasi yang didapatkan dari identifikasi permasalahan yang spesifik yang telah dijelaskan dalam layanan yang ditawarkan oleh PT. Pos Indonesia sehingga hal ini dapat memicu perbaikan dalam kualitas layanan, kecepatan pengiriman, dan fleksibilitas.
2. Penelitian ini juga dapat mengetahui bagaimana upaya kantor Pos dalam menjaga eksistensi dan daya saing perspektif *new public service* di kantor Pos cabang Kabupaten Sumenep

### 1.4.2 Secara praktis

1. Bagi peneliti, penelitian ini untuk pengembangan wawasan keilmuan yang dapat berguna secara berkelanjutan bagi peneliti dan sebagai sarana untuk implementasi keilmuan dalam administrasi publik yang ditempuh selama menempuh pendidikan dibangku kuliah.
2. Bagi Instansi, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi PT. Pos khususnya Kantor Pos Sumenep dalam meningkatkan kualitas pelayanan sebagai upaya dalam menghadapi persaingan dalam dunia usaha yang bergerak pada layanan yang sama.
3. Bagi masyarakat, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pelaku usaha dalam persaingan dunia usaha dari perspektif *new public service* sehingga dapat dijadikan bahan acuan dalam segi pelayanan.

### 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini disusun dalam sistematika sebagai berikut :

#### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi yang berjudul “Upaya Kantor Pos Dalam Menjaga Eksistensi Dan Daya Saing Perspektif *New Public Service* (Studi di Kantor Pos Cabang Sumenep)”.

#### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang penelitian terdahulu yang dilengkapi beserta tabel,

serta menjelaskan teori administrasi publik, teori utama dan teori pendukung, serta terdapat definisi dan hal lainnya yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang fokus penelitian, lokasi penelitian, sumber data, instrumen penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisa data dan keabsahan data.

### BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum lokasi penelitian PT. Pos Kantor Cabang Sumenep (69400)

### BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil dan pembahasan penelitian mengenai Upaya Kantor Dalam Menjaga Eksistensi dan Daya Saing Perspektif *New Public Service* (Studi di Kantor Pos Cabang Sumenep)

### BAB VI PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan hasil penelitian dan saran dari peneliti