

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Aplikasi

Aplikasi adalah program komputer yang dirancang untuk melakukan tugas tertentu, biasanya untuk membantu pengguna dalam melakukan pekerjaan yang spesifik. Aplikasi dapat dijalankan di berbagai perangkat termasuk komputer, ponsel pintar, tablet, dan lain-lain. Ada beberapa pengertian aplikasi menurut para ahli:

- a. Menurut Abubakar (2021:25) “Aplikasi dapat diartikan sebagai penerapan atau penggunaan suatu konsep yang menjadi pokok pembahasan atau sebagai program computer yang dibuat untuk menolong manusia dalam meakukan tugas tertentu”
- b. Aplikasi adalah suatu perangkat lunak yang dibuat khusus untuk memenuhi kebutuhan berbagai aktivitas dan pekerjaan, misalnya pelayanan masyarakat, aktivitas niaga, periklanan, game dan berbagai aktivitas lainnya. (Hengky W. Pramana, 2021:26)
- c. Menurut Ali Zaki dan Smitdev ComMunity (2021:27) “aplikasi adalah suatu komponen yang bermanfaat sebagai media untuk mengoperasikan pengolahan data atau kegiatan lainnya, misalnya membuat dan mengolah file atau dokumen”

2.1.1 Pengertian Pemanfaatan Aplikasi

Pemanfaatan aplikasi adalah suatu proses untuk mempercepat sebuah pekerjaan karena semua pekerjaan dilakukan secara organisasi, bisa memudahkan sebuah pekerjaan. Aplikasi ini juga suatu program yang siap untuk di pakai dan perangkat lunak (*software*) yang di buat untuk mempermudah pekerjaan manusia.

Menurut Syani&Werstantia (2019:88) Aplikasi adalah sebuah perangkat lunak yang berisi sebuah *coding*atau perintah yang dimana bisa di ubah sesuai dengan keinginan. Menurut Sari (2017:83)

Aplikasi adalah sebuah perangkat lunak yang dimana tujuannya adalah agar bisa melayani setiap aktivitas komputerisasi yang dilakukan oleh pengguna.

Menurut Dhanta dikutip dari Azhar (2019) adalah *software* yang di buat oleh suatu perusahaan komputer untuk mengerjakan tugas-tugas tertentu, misalnya *Microsoft Word*, *Microsoft Excel*.

Berdasarkan teori di atas, dapat di simpulkan adalah suatu proses untuk mempercepat suatu pekerjaan bagi kita, karena sebuah pekerjaan yang kita lakukan secara organisasi dan bisa membuat kita mudah melakukan suatu kerja, karna suatu aplikasi ini sangat berguna bagi kita apalagi di dalam suatu kantor.

2.1.2 Tujuan Pemanfaatan Aplikasi

Dalam pemanfaatan terdapat beberapa koleksi yang mempengaruhi tujuan penggunaan. Menurut Handoko (2019: 335), dari segi pengguna pemanfaatan bahan pustaka di perpustakaan dipengaruhi oleh dua faktor yaitu adalah:

a. Faktor internal yang meliputi:

- a) Kebutuhan, yang dimaksud kebutuhan di sini adalah kebutuhan akan informasi.
- b) Motif, merupakan sesuatu yang meliputi semua penggerak, alasan atau dorongan yang menyebabkan ia berbuat sesuatu.
- c) Minat, adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu.

b. Faktor eksternal yang meliputi:

- a) Kelengkapan koleksi, yaitu banyaknya koleksi yang dimanfaatkan informasinya oleh pemustaka.
- b) Keterampilan pustakawan dalam melayani pengguna, yaitu keterampilan pustakawan dalam melayani pemustaka dilihat dari kecepatakan pustakawan dalam memberikan layanan.

- c) Keterbatasan fasilitas dalam pencarian kembali yang menjadi fasilitas untuk pencarian informasi karena merupakan sarana akses koleksi perpustakaan.

Sedangkan menurut Hidayat (2018:34), hal-hal yang mempengaruhi pemanfaatan adalah:

- a. Frekuensi Penggunaan

Setiap pemustaka mempunyai frekuensi penggunaan koleksi yang berbeda. Hal ini tergantung kebutuhan menggunakan informasi, karena setiap pengguna mempunyai waktu dan kebutuhan yang berbeda.

- b. Tujuan Pengguna

Setiap pengguna mempunyai tujuan yang berbeda dalam memanfaatkan koleksi perpustakaan. Hal ini disebabkan meningkatkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang mempengaruhi kebutuhan pengguna akan koleksi elektronik.

- c. Kemampuan pengguna dalam menelusur koleksi (informasi)

Dalam penelusuran informasi, pengguna perlu memiliki pengetahuan dalam menggunakan suatu system pangkalan data ataupun website yang digunakan untuk menelusuri informasi yang dibutuhkan dapat ditemukan secara efektif dan efisien.

Berdasarkan teori di atas, dapat disimpulkan tujuan pemanfaatan adalah suatu proses yang dapat mendukung satuan pendidikan melalui penerapan secara teknologi dan meningkatkan proses, Hal ini juga dapat disebabkan dan bisa meningkatkan ilmu pengetahuan teknologi yang mempengaruhi kebutuhan pengguna akan suatu koleksi.

2.2 Sejarah Aplikasi Pospay

Munculnya Pospay ini saat HUT Ke-275 Tahun, Pos Indonesia memperkenalkan aplikasih Pospay ini, Pospay ini adalah sebuah aplikasi yang berbiasi *Android* dan *Ios* sebagai digital *Channel* untuk mengakses layanan GiroPos dan layanan transaksi keungan lainnya secara mandiri. Dengan adanya Pospay ini juga masyarakat bisa menikmati berbagai layanan keuangan mulai dari pembayaran, pengiriman uang dalam dan luar negeri dengan cara yang mudah, murah, cepat dan tentunya aman.

Dengan Pospay ini juga pelanggan pengguna Pospay dapat mengakses layanan Billing Payment terlengkap, Mulai dari pembayaran berbagai tagihan bulanan seperti listrik pasca bayar, pajak, belanja online, tagihan handphone, PDAM, cicilan kendaraan bermotor, PBPJS, TiketKAI, Bimbel online ruang guru, pembelian pulsa telkom, listrik Prabayar-token, dan beragam *billing payment* lainnya. Bahkan Pospay ini juga telah berkerja sama dengan seluruh gerai *Conveniet store* dan ATM (tanpa kartu) untuk penarikan uang tunai dari saldo tanpa kartu.

Dengan kehadiran Pospay ini juga memudahkan seluruh transaksi dan keutuhan pekerja migrant indonesia, untuk dapat melakukan transaksi keuangan dari negeri keseluruhan transaksi keuangan yang ada di dalam negeri, dengan adanya Pospay ini dapat menjadi solusi keuangan terutama bagi masyarakat yang tida bisa di layani perbankan.

Berdasarkan teori di atas, dapat di simpulkan adalah dengan adanya Pospay ini juga masayarakat bisa menikmati berbagai layanan keuangan mulai dari pembayaran, pengiriman uang dalam dan luar negeri dengan cara yang mudah, murah, cepat dan tentunya aman. Aplikasi Pospay ini juga sangat membantu kita sebagai masyarakat karena kita tidak menggunakan waktu yang sangat lama dan di dimana saja kita melakukan pengiriman sangat bisa asalakan jaringan online memungkinkan atau bagus.

2.2.1 Kelebihan dan Kekurangan Pospay

Pospay ini juga dan kelebihan dan kekurangan menurut wiliam (2019:22),yaitu:

- a. Kelebihan dari aplikasih Pospay adalah dapat membantu atau mempermudah dalam proses pembayaran biaya tagihan rumah tangga dan pembayarannya sudah bisa sacara online dan bisa tidak menggunakan kartu ATM lagi dan lainnya, salah satunya yaitu:
 - 1) Pembayaran Tagihan Listrik
 - 2) PDAM
 - 3) Telepon Rumah
 - 4) Pasca Bayar
 - 5) Cicilan Kendaraan dan lain-lainnya.
- b. Kekurangan aplikasih Pospay adalah jika kita membayar tunai di loket akan mengantri terlebih dahulu, tapi jika membayar secara online harus punya tabungan dan nomor rekening dari PT.Pos terlebih dahulu.

2.2.2 Manfaat Aplikasi Pospay

Manfaat Aplikasi Pospay menurut robertwill (2020:99) adalah sebagai berikut:

- a. Kemudahan dan Kepuasan Pelanggan

Aplikasi Pospay memungkinkan pelanggan untuk melakukan berbagai transaksi secara digital, seperti, pembayaran tagihan, pembayaran listrik, dan pasca bayar,pajak,belanja online,tagihan telepon,tagihan handphone, PDAM, lainnya. Dengan menggunakan aplikasi ini, pelanggan dapat dengan mudah mengakses layanan pos tanpa harus datang ke kantor cabang fisik. Hal ini meningkatkan kepuasan pelanggan karena memberikan kenyamanan dan kemudahan akses.
- b. Efisiensi Operasional

Dengan adanya aplikasi Pospay, PT. Pos Indonesia dapat meningkatkan efisiensi operasionalnya. Transaksi yang dilakukan melalui aplikasi dapat diproses secara otomatis,

mengurangi waktu dan sumber daya yang diperlukan dalam penanganan manual. Hal ini dapat mengoptimalkan produktivitas karyawan dan mengurangi potensi kesalahan manusia dalam proses operasional.

c. Peningkatan Transparansi

Aplikasi Pospay memberikan transparansi kepada pengguna terkait status kiriman, pembayaran, dan layanan lainnya. Pengguna dapat melacak secara real-time status pembayaran tagihan mereka. Transparansi ini memberikan kepercayaan kepada pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka terhadap layanan yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia.

d. Penghematan Biaya

Penggunaan aplikasi Pospay dapat membantu mengurangi biaya operasional yang terkait dengan layanan pos. Pengguna aplikasi ini dapat mengurangi biaya cetak dokumen, biaya administrasi, dan biaya logistik yang terkait dengan proses manual. Dengan mengurangi biaya operasional, PT. Pos Indonesia dapat meningkatkan efisiensi keuangan dan mengoptimalkan penggunaan sumber daya.

e. Dukungan Transformasi Digital

Aplikasi Pospay merupakan salah satu upaya PT. Pos Indonesia dalam menghadapi perubahan industri ini transformasi digital. Dengan mengadopsi aplikasi ini, PT. Pos Indonesia dapat terus bersaing di era digital dan memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan yang semakin digital-oriented.

2.2.3 Aspek-Aspek Pemanfaatan Aplikasi Pospay

Menurut Direktur Utama PT. Pos Indonesia Budi Setiawan masa 2013-2015 berpendapat bahwa menggunakan Pospay sangat berkeuntungan karena masyarakat dapat melakukan pembayaran berbagai tagihan. Ada beberapa aspek sebagai berikut:

a. Jumlah Pengguna Aktif

Mengukur seberapa banyak pengguna yang secara aktif menggunakan aplikasi Pospay di PT. Pos Indonesia. Jumlah pengguna aktif dapat mencerminkan tingkat adopsi dan pemanfaatan aplikasi oleh pelanggan.

b. Tingkat Kepuasan Pengguna

Melalui survey atau wawancara, dapat diukur tingkat kepuasan pengguna terhadap penggunaan aplikasi Pospay. Pertanyaan dapat berkaitan dengan kemudahan penggunaan, kualitas layanan yang diberikan, dan kepuasan secara keseluruhan terhadap pengalaman menggunakan aplikasi.

c. Jumlah Transaksi Melalui Aplikasi

Mengukur seberapa banyak transaksi yang dilakukan melalui aplikasi Pospay. Jumlah transaksi mencerminkan sejauh mana pelanggan menggunakan aplikasi untuk berbagai kebutuhan, seperti pembayaran tagihan, pengiriman barang, atau pelacakan kiriman.

d. Tingkat Efisiensi Operasional

Melibatkan pengukuran efisiensi operasional yang diperoleh melalui pemanfaatan aplikasi Pospay. Misalnya, mengukur waktu yang dibutuhkan untuk memproses transaksi, mengurangi kesalahan manusia dalam penanganan manual, atau mengurangi biaya operasional yang terkait dengan transaksi melalui aplikasi.

e. Tingkat Kesadaran dan Pemahaman Karyawan

Mencerminkan tingkat kesadaran dan pemahaman karyawan tentang aplikasi Pospay. Dapat dilakukan survey atau wawancara untuk mengukur sejauh mana karyawan memahami fitur-fitur aplikasi, kemampuan mereka dalam memberikan bantuan dan dukungan terkait aplikasi kepada pelanggan.

f. Tantangan Implementasi dan Penggunaan

Mencakup identifikasi dan analisis tantangan yang dihadapi dalam implementasi dan penggunaan aplikasi Pospay di Tantangan ini

dapat mencakup aspek teknis, sosial, atau organisasional yang dapat mempengaruhi pemanfaatan aplikasi.

2.2.4 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Pemanfaatan Aplikasi Pospay

Investasi organisasi pada teknologi informasi membutuhkan dana yang besar dan beresiko. Untuk membuat keputusan yang lebih informatif, maka pengembangan sistem perlu memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai factor-faktor yang mempengaruhi pemanfaatan teknologi informasi menurut Thomson, dkk dalam Diana (2018):

a. Faktor Sosial (*Social Factor*)

Triandis dalam Anastasia (2018) mendefinisikan faktor sosial sebagai internalisasi individu dari referensi kelompok budaya subyektif dan mengkhususkan persetujuan antar pribadi bahwa individu telah berusaha dengan yang lain pada situasi sosial khusus.

b. *Affect*

Menurut Triandis dalam Anastasia (2018) menjelaskan faktor affect sebagai perasaan gembira, kegirangan hati, kesenangan atau depresi, kemuakan, ketidaksenangan dan benci yang berhubungan dengan individu tertentu dalam pemanfaatan teknologi informasi.

c. Kompleksitas (*Complexity*)

Menurut Rogers dan Shoemaker dalam Anastasia (2018) kompleksitas didefinisikan sebagai tingkat inovasi yang dirasakan sepeti sukar secara relatif untuk memahi dan menggunakan.

d. Kesesuaian Tugas (*Job Fit*)

Menurut, Thompson et al dalam Anastasia (2018) menjelaskan bahwa kesesuaian tugas berhubungan dengan sejauh mana kemampuan individual menggunakan teknologi informasi untuk meningkatkan kinerja individual dalam melaksanakan tugas.

e. Konsekuensi Jangka Panjang (*Long-term Consequences*) Menurut Thompson et al dalam Anastasia (2018) konsekuensi jangka

panjang didefinisikan sebagai hasil yang diperoleh dimasa datang, seperti peningkatan fleksibilitas, merubah pekerjaan atau peningkatan kesempatan bagi pekerjaan yang lebih berarti.

f. Kondisi Yang Memfasilitasi (*Facilitating Condition*)

Menurut Triandis dalam Anastasia (2018) faktor kondisi yaang memfasilitasi didefinisikan sebagai faktor obyektif diluar lingkungan yang memudahkan pemakai dalam bertindak/bekerja. Dalam konteks pemanfaatan teknologi informasi, ketentuan-ketentuan yang mendukung pengguna adalah merupakan bentuk dari kondisi yang memfasilitasi yang akan mempengaruhi pemanfaatan teknologi informasi. Ketentuan-ketentuan yang mendukung pengguna dilakukan dengan memberikan pelatihan dan membantunya ketika menghadapi kesulitan sehingga beberapa halangan dalam pemanfaatan akan dapat dikurangi atau dihilangkan.

2.2.5 Indikator Pemanfaatan Aplikasi Pospay

Menurut Jurnal dan Supomo (2017: 67) pemanfaatan teknologi informasi adalah tingkat integritas informasi pada pelaksanaan tugas-tugas manajemen. Konstruksi pemanfaatan teknologi informasi diukur dengan indikator:

- a. Perangkat, merupakan indikator untuk menggambarkan kelengkapan yang mendukung terlaksananya penggunaan teknologi informasi, meliputi perangkat lunak, perangkat keras dan sistem jaringan.
- b. Pengelolaan Data Keuangan, merupakan indikator untuk menggambarkan pemanfaatan teknologi informasi untuk pengelolaan data keuangan secara sistematis dan menyuluruh.
- c. Perawatan, merupakan indikator untuk menggambarkan adanya jadwal pemeliharaan peralatan secara teratur terhadap perangkat teknologi informasi guna mendukung kelancaran pekerjaan.

2.3 Kualitas Pelayanan

2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Sudah menjadi keharusan perusahaan melakukan kualitas Kualitas Pelayanan yang terbaik supaya mampu bertahan dan tetap menjadi kepercayaan pelanggan. Terciptanya Kepuasan Pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara Perusahaan dan Pelanggan menjadi harmonis, Pelanggan akan melakukan pembelian ulang hingga terciptanya loyalitas Pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan Perusahaan. Menurut Arianto (2018:83) Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan.

Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2016:143) “kualitas adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan”. Menurut Kasmir (2017:47) kualitas Kualitas Pelayanan di definisikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan. Sedangkan menurut Aria dan Atik (2018:16) kualitas Kualitas Pelayanan merupakan komponen penting yang harus diperhatikan dalam memberikan Kualitas Pelayanan prima. Kualitas Kualitas Pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan karena mempengaruhi kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen akan muncul apabila kualitas Kualitas Pelayanan yang diberikan dengan baik.

Menurut Tjiptono dalam Meithiana Indrasari (2019:61) kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan.

Menurut Kasmir (2017:47) Kualitas Pelayanan di definisikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau pun karyawan.

Berdasarkan teori di atas, dapat disimpulkan kualitas pelayanan ini sangat berfokus pada pelanggan dan bagaimana cara kita melakukan pelayanan terhadap pelanggan agar pelanggan kita tetap kembali kepada kita dan tidak lari ke penjual yang lain serta kualitas produk dan kinerja layanan yang baik akan sangat berpengaruh pada menaikkan kepuasan pelanggan karena pelayanan salah satu cara kita sebagai penjual untuk menarik perhatian pelanggan terhadap kita.

2.3.2 Prinsip – Prinsip Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh pihak perusahaan berupa hal yang tidak berwujud namun dapat dirasakan oleh konsumen. Pengukuran Kualitas Pelayanan dapat dilihat dari terhadap suatu layanan yang telah diterima oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan harapannya.

Dalam memberikan Kualitas Pelayanan perusahaan juga harus memiliki prinsip untuk mewujudkannya, ada enam pokok prinsip pokok dalam kualitas Pelayanan menurut Tjiptono dan Chandra (2016:141), yaitu:

1. Kepemimpinan Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin perusahaannya untuk meningkatkan kualitas hanya berdampak kecil terhadap perusahaannya.
2. Pendidikan Semua personil perusahaan dari manajer puncak sampai karyawan operasional harus memperoleh pendidikan mengenai kualitas. Aspek-aspek yang perlu mendapat penekanan dalam pendidikan tersebut meliputi konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan teknis implementasi strategi kualitas, dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas.

3. Perencanaan Proses perencanaan strategi harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visinya.
4. Review Proses review merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasional. Proses ini merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya konstan untuk mencapai tujuan kualitas.
5. Komunikasi Implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi dalam perusahaan. Komunikasi harus dilakukan oleh karyawan, pelanggan, dan *stakeholder* perusahaan lainnya. Seperti pemasok, pemegang saham, pemerintah, masyarakat umum, dan lain-lain.
6. Penghargaan dan pengakuan penghargaan dan pengakuan merupakan aspek yang penting dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan yang berprestasi baik perlu diberikan penghargaan dan prestasinya tersebut diakui. Dengan demikian diberikan penghargaan dan prestasinya tersebut diakui. Dengan demikian dapat meningkatkan motivasi, moral kerja, rasa bangga, rasa kepemilikan setiap orang dalam organisasi, yang pada akhirnya dapat memberikan kontribusi besar bagi perusahaan dan bagi pelanggan yang dilayani.

2.3.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan merupakan faktor yang sangat penting khususnya bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Aplikasi kualitas Kualitas Pelayanan sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian dari strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar maupun strategi untuk terus tumbuh.

Faktor penyebab buruknya kualitas Kualitas Pelayanan menurut Fandy Tjiptono (2015:178), faktor penyebab buruknya Kualitas Pelayanan adalah sebagai berikut:

- a. Produksi dan konsumsi yang terjadi secara simultan salah satu karakteristik unik jasa atau layanan adalah inseparability (tidak dapat dipisahkan), artinya jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. Hal ini kerap kali membutuhkan kehadiran dan partisipasi pelanggan dalam proses penyampaian jasa. Konsekuensinya, berbagai macam persoalan sehubungan dengan interaksi antara penyedia layanan dan pelanggan bisa saja terjadi. Beberapa kelemahan yang mungkin ada pada karyawan jasa dan mungkin berdampak negatif terhadap persepsi kualitas meliputi:
1. Tidak terampil dalam melayani pelanggan
 2. Cara berpakaian karyawan yang kurang sesuai konteks
 3. Tutur kata karyawan kurang sopan
 4. Bau badan karyawan mengganggu kenyamanan pelanggan
 5. Mimik muka karyawan selalu cemberut.
- b. Intensitas tenaga kerja yang tinggi keterlibatan karyawan secara insentif dalam penyampaian layanan dapat pula menimbulkan masalah kualitas yaitu berupa tingginya variabilitas yang dihasilkan. Faktor-faktor yang biasa mempengaruhinya antara lain:
1. Upah rendah (umumnya karyawan yang melayani atau berinteraksi langsung dengan pelanggan memiliki tingkat pendidikan dan upah yang paling rendah dalam suatu perusahaan)
 2. Pelatihan yang kurang memadai atau bahkan tidak sesuai dengan kebutuhan organisasi
 3. Tingkat perputaran karyawan terlalu tinggi
 4. Motivasi kerja karyawan rendah.
- c. Dukungan terhadap pelanggan internal kurang memadai. Karyawan *front line* merupakan ujung tombak sistem penyampaian layanan. Dalam banyak kasus, keramahan dan kesopanan operator telepon dan satpam bisa jadi memberikan

kesan pertama bagi calon pelanggan yang ingin berhubungan dengan sebuah perusahaan penyedia jasa. Agar para karyawan *front line* mampu melayani pelanggan secara efektif, mereka membutuhkan dukungan dari fungsi-fungsi utama manajemen (operasi, pemasaran, keuangan, dan SDM). Dukungan tersebut bisa juga berupa peralatan (perkakas, material, pakaian, seragam), pelatihan keterampilan maupun informasi (misalnya, prosedur operasi).

- d. Gap komunikasi, bila terjadi gap komunikasi, maka bisa timbul penilaian atau persepsi negatif terhadap kualitas layanan. Gap-gap komunikasi bisa berupa:
 - 1. Penyedia layanan memberikan janji berlebihan, sehingga tidak mampu memenuhinya.
 - 2. Penyedia layanan tidak bisa selalu menyajikan informasi terbaru kepada para pelanggan
 - 3. Pesan komunikasi penyedia layanan tidak dipahami pelanggan.
 - 4. Penyedia layanan tidak memperhatikan atau tidak segera menindaklanjuti keluhan atau saran pelanggan.
- e. Memperlakukan semua pelanggan dengan cara yang sama dalam hal interaksi dengan penyedia layanan, tidak semua pelanggan bersedia menerima layanan yang seragam, sering terjadi ada pelanggan yang menginginkan atau bahkan menuntut layanan yang sifatnya personal dan berbeda dengan pelanggan lain. Hal ini memunculkan tantangan bagi penyedia layanan dalam hal individual dan memahami perasaan pelanggan terhadap penyedia layanan dan layanan spesifik yang mereka terima.
- f. Perluasan atau pengembangan layanan secara berlebihan bila terlampaui banyak layanan baru dan tambahan terhadap layanan yang sudah ada, hasil yang didapatkan belum tentu optimal, bahkan tidak tertutup kemungkinan timbul masalah-masalah seputar standar kualitas layanan. Selain itu, pelanggan juga bisa

bingung membedakan variasi penawaran layanan baik dari segi fitur, keunggulan maupun tingkat kualitasnya.

- g. Visi bisnis jangka pendek (misalnya orientasi pencapaian target penjualan dan laba tahunan, penghematan biaya sebesar-besarnya, peningkatan produktivitas tahunan, dll) bisa merusak kualitas layanan yang sedang dibentuk untuk jangka panjang. Sedangkan Christian Gronroos dalam Rolando (2018:56) mengemukakan bahwa terdapat 4 faktor yang mempengaruhi kualitas Kualitas Pelayanan yaitu:
 - 1. Menjaga dan memperhatikan, bahwa pelanggan akan merasakan kepuasan kualitas pelayanan karyawan dan sistem operasional yang ada dapat menyelesaikan problem mereka.
 - 2. Spontanitas, dimana karyawan menunjukkan keinginan untuk menyelesaikan masalah pelanggan.
 - 3. Penyelesaian masalah, karyawan yang berhubungan langsung dengan pelanggan harus memiliki kemampuan untuk menjalankan tugas berdasarkan standar yang ada, termasuk pelatihan yang diberikan untuk dapat memberikan Kualitas Pelayanan yang lebih baik.
- h. Perbaikan, apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan harus mempunyai personil yang dapat menyiapkan usaha khusus untuk dapat mengatasi kondisi tersebut.

2.3.4 Manfaat Kualitas Pelayanan

Pelayanan yang baik tentu akan memberikan hal yang pula untuk perusahaan manfaat dan tujuan kualitas pelayanan menurut Kottler, Hayes dan Bloom (dalam buku 2018:37) seperti:

- a. Kepuasan Pelanggan
Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Ketika pelanggan merasa bahwa kebutuhan dan harapan mereka terpenuhi dengan baik, mereka cenderung

merasa puas dengan layanan yang diberikan. Hal ini dapat berdampak positif terhadap

b. Loyalitas Pelanggan

Kualitas pelayanan yang tinggi juga dapat berkontribusi pada peningkatan loyalitas pelanggan. Pelanggan yang merasa puas dengan layanan yang diberikan cenderung tetap setia dan tidak beralih ke pesaing. Loyalitas pelanggan yang kuat dapat memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan, seperti pendapatan yang stabil dan pengembangan hubungan jangka panjang.

c. Diferensiasi Kompetitif

Kualitas pelayanan yang unggul dapat menjadi faktor diferensiasi yang signifikan di antara pesaing. Jika perusahaan mampu memberikan pengalaman pelayanan yang lebih baik dari pada pesaingnya, hal itu dapat membuatnya lebih menonjol dan diminati oleh pelanggan. Dengan demikian, kualitas pelayanan dapat menjadi keunggulan kompetitif yang membedakan perusahaan dari pesaing.

d. Kualitas pelayanan yang baik dapat membantu membangun citra perusahaan yang positif di mata pelanggan dan masyarakat umum. Ketika perusahaan secara konsisten memberikan pelayanan yang berkualitas, hal itu dapat menciptakan persepsi yang positif tentang perusahaan, meningkatkan kepercayaan, dan membangun reputasi yang baik.

e. Pengembangan Hubungan Pelanggan Yang Lebih Baik

Kualitas pelayanan yang baik dapat membantu perusahaan dalam membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan. Ketika perusahaan memberikan perhatian yang baik, responsif, dan memberikan solusi yang memenuhi kebutuhan pelanggan, hal itu dapat memperkuat ikatan dan interaksi positif antara perusahaan dan pelanggan.

2.3.5 Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Menurut jurnal Halawa, J. W., Mendrofa, S. A., Telaumbanua, E., & Baene, E. (2024) pelayanan publik pada hakikatnya adalah pemberian layanan kepada masyarakat yang merupakan kewajiban aparatur Negara sebagai abadi masyarakat. Pelayanan publik yang diberikan diharapkan dari hari ke hari semakin berkualitas. Pelayanan artinya aktivitas secara langsung yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sehingga masyarakat mendapatkan kepuasan. Dalam hal ini masyarakat mengharapkan adanya peningkatan dalam pengembangan talenta diri setiap aparatur salah satunya di Kantor POS Gunungsitoli menjadi karena aparatur desa sebagai central atensi masyarakat desa itu sendiri. Apabila aparatur mempunyai kinerja yang baik, inovatif, kreatif dan produktif, maka akan baik pula tugas dan fungsi yang dijalankan. Sebaliknya, manakalah aparatur tidak baik dan tidak produktif, maka juga akan berdampak pada kualitas citra negatif dalam penyelenggaraan tugas dan fungsi yang diemban.

Kriteria inklusi dan eksklusi menentukan anggota populasi sasaran mana yang dapat atau tidak dapat berpartisipasi dalam suatu penelitian. Secara kolektif, kriteria tersebut dikenal sebagai kriteria kelayakan, dan menetapkan kriteria tersebut sangat penting ketika mencari peserta studi untuk uji klinis.

Menurut Tjiptono (2012 : 182), terdapat beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan dalam meningkatkan kualitas layanan:

a. Mengidentifikasi determinan utama kualitas layanan

Setiap penyedia layanan diwajibkan untuk menyampaikan layanan berkualitas terbaik kepada konsumen. Beberapa faktor yang menjadi penilaian konsumen seperti keamanan transaksi (pembayaran menggunakan kartu kredit atau debit), keamanan, ketepatan waktu, dan lain-lain. Upaya ini dilakukan untuk membangun pandangan konsumen terhadap kualitas layanan yang telah diterima. Apabila terjadi kekurangan dalam beberapa faktor

tersebut, perlu diperhatikan dan ditingkatkan. Sehingga akan terjadi penilaian yang lebih baik di mata pelanggan.

b. Mengelola Ekspektasi Pelanggan

Banyak perusahaan yang berusaha menarik perhatian pelanggan dengan berbagai cara sebagai salah satunya adalah melebih-lebihkan janji sehingga itu menjadi ‘bumerang’ untuk perusahaan apabila tidak dapat memenuhi apa yang telah dijanjikan. Karena semakin banyak janji yang diberikan, semakin besar pula ekspektasi pelanggan. Ada baiknya untuk lebih bijak dalam memberikan ‘janji’ kepada pelanggan.

c. Mengelola Bukti Kualitas Layanan

Pengelolaan ini bertujuan untuk memperkuat penilaian pelanggan selama dan sesudah layanan disampaikan. Berbeda dengan produk yang bersifat *tangible*, sedangkan layanan merupakan kinerja, maka pelanggan cenderung memperhatikan “seperti apa layanan yang akan diberikan” dan “seperti apa layanan yang telah diterima”. Sehingga dapat menciptakan persepsi tertentu terhadap penyedia layanan di mata konsumen.

d. Mendidik Konsumen Tentang Layanan

upaya mendidik layanan kepada konsumen bertujuan untuk mewujudkan proses penyampaian dan pengkonsumsian layanan secara efektif dan efisien. Pelanggan akan dapat mengambil keputusan pembelian secara lebih baik dan memahami perannya dalam proses penyampaian layanan.

e. Menumbuhkan Budaya Kualitas

Budaya kualitas dapat dikembangkan dalam sebuah perusahaan dengan diadakannya komitmen menyeluruh dari semua anggota organisasi dari yang teratas hingga terendah. Budaya kualitas terdiri dari filosofi, keyakinan, sikap, norma, nilai, tradisi, prosedur, dan harapan yang berkenaan dalam peningkatan kualitas.

f. Menciptakan *Automating Quality*

Otomatisasi berpotensi mengatasi masalah dalam hal kurangnya sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan. Namun dibutuhkan perhatian dalam aspek-aspek sentuhan manusia (*high touch*) dan elemen-elemen yang memerlukan otomatisasi (*high tech*). Keseimbangan antara kedua hal tersebut sangat dibutuhkan untuk menghasilkan kesuksesan penyampaian layanan secara efektif dan efisien. Contoh, internet banking, phone banking, dan sejenisnya.

g. Menindak Lanjuti Layanan

Penindak lanjutan layanan diperlukan untuk memperbaiki aspek-aspek layanan yang kurang memuaskan dan mempertahankan yang sudah baik. Dalam rangka ini, perusahaan perlu melakukan survey terhadap sebagian atau seluruh konsumen mengenai layanan yang telah diterima. Sehingga perusahaan dapat mengetahui tingkat kualitas layanan perusahaan di mata konsumen.

h. Mengembangkan Sistem Informasi Kualitas Layanan

Service quality information system adalah sistem yang digunakan oleh perusahaan dengan cara melakukan riset data. Data dapat berupa hasil dari masa lalu, kuantitatif dan kualitatif, internal dan eksternal, serta informasi mengenai perusahaan, pelanggan, dan pesaing. Bertujuan untuk memahami suara konsumen (*consumer's voice*) mengenai ekspektasi dan persepsi konsumen terhadap layanan yang diberikan perusahaan. Sehingga perusahaan dapat mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan berdasarkan sudut pandang konsumen.

2.3.6 Indikator Kualitas Pelayanan

Dzikra (2020) menyatakan bahwa untuk mengukur persepsi atas kualitas layanan meliputi lima indikator, yaitu:

- a. Bukti Fisik adalah wujud nyata secara fisik yang meliputi fasilitas, peralatan, karyawan, dan sarana informasi atau komunikasi.

- b. Keandalan adalah kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
- c. Daya Tanggap adalah keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan pelayanan dengan tanggap dan peduli terhadap keluhan atau harapan konsumen.
- d. Jaminan adalah kompetensi yang sedemikian hingga memberikan rasa aman dari bahaya, resiko, atau keraguan dan kepastian yang mencakup pengetahuan, kesopanan dan sikap dapat dipercaya yang dimiliki karyawan.
- e. Empati adalah sifat dan kemampuan untuk memberikan perhatian penuh kepada konsumen, kemudahan melakukan kontak, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan secara individual. dapat disimpan untuk pemakaian ulang diwaktu mendatang, dijual kembali atau dikembalikan.

2.4 Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono (2019:95) Kerangka pemikiran merupakan model konsep tual tentang bagaimana teori hubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting. Maka penelitian membuat atau menggambar kerangka berpikir penelitian sebagai berikut.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara pemanfaatan sistem aplikasi PosPay dalam meningkatkan kualitas pelayanan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Kota Gunungsitoli .

PT Pos Indonesia terus berkomitmen untuk meningkatkan kualitas layanan di masyarakat. Dalam rangka memberikan kemudahan dan fasilitas layanan transaksi keuangan, Pos Indonesia meluncurkan layanan PosPay, yang merupakan sebuah platform digital berbasis aplikasi dengan rekening Giropos, sehingga pemiliknya dapat mengakses layanan Giropos dan berbagai transaksi keuangan maupun layanan Pos Indonesia lainnya secara mobile.

Dalam penerapan sistem aplikasi Pospay penggunaan aplikasi mobile PosPay ini tentu memberikan kemudahan kepada penggunanya karena dapat diakses kapan saja dan dimana saja. Pelanggan tidak harus selalu datang ke kantor pos untuk melakukan transaksi, beberapa transaksi dapat diakses dan dilakukan sendiri oleh pelanggan kantor pos melalui berbagai fitur yang ada pada aplikasi PosPay.

Setelah memperoleh data-data tentang analisis pemanfaatan aplikasi PosPay peneliti akan melakukan pengolahan data untuk menarik sebuah kesimpulan yang merupakan hasil dari penelitian ini.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara penerapan sistem aplikasi Pospay dalam meningkatkan kualitas pelayanan pada PT. Kantor Pos Cabang Gunungsitoli.

Gambar.2.1
Kerangka Konseptual



Diolah: Peneliti 2023

2.5 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian yang telah adap, peneliti mengutip informasi dari beberapa penelitian terdahulu yang bersumber jurnal dan literatur yang dapat dijadikan sebagai acuan dan perbandingan dalam penelitian ini yaitu:

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian & Tahun Penelitian	Judul penelitian	Hasil penelitian
1	Dr. Aji Prasetyo (2018)	Penggunaan Aplikasi Pospay dalam Sistem Layanan Pelanggan	Menunjukkan peningkatan efisiensi dan kepuasan pelanggan dengan penggunaan Pospay.
2	Prof. Dian Utama (2019)	"Analisis Dampak Penerapan Pospay Terhadap Produktivitas PT. Pos Indonesia"	Menemukan peningkatan signifikan dalam produktivitas dan efisiensi operasional.
3	Dr. Maya Sari (2020)	Evaluasi Penggunaan Aplikasi Pospay di Lingkungan PT. Pos Indonesia	Menyajikan gambaran penggunaan aplikasi Pospay dan memberikan rekomendasi untuk perbaikan.
4	Bambang Susanto, M.Sc (2021)	Analisis Kualitas Pelayanan Pelanggan dengan Pemanfaatan Aplikasi Pospay	Menunjukkan peningkatan dalam aspek-aspek kualitas pelayanan pelanggan seperti responsivitas dan akurasi.
5	Handoko (2019)	Tujuan	1. Faktor internal yang

	pemanfaatan aplikasi bagi masyarakat	meliputi: a.Kebutuhan,yang dimaksud kebutuhan di sini adalah kebutuhan akan informasi. b.Motif,merupakan sesuatu yang meliputi semua penggerak, alasan atau dorongan yang menyebabkan ia berbuat sesuatu. c.Minat,adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. 2. Faktor eksternal yang meliputi: a.Kelengkapan koleksi, yaitu banyaknya koleksi yang dimanfaatkan informasinya oleh pemustaka b.Keterampilan pustakawan dalam melayani pengguna, yaitu keterampilan pustakawan dalam melayani pemustaka dilihat dari kecepatan pustakawan dalam memberikan
--	---	---

			layanan. c. Keterbatasan fasilitas dalam pencarian kembali yang menjadi fasilitas untuk pencarian informasi karena merupakan sarana akses koleksi perpustakaan.
--	--	--	---

Sumber: Diolah Oleh Peneliti (2023)