

# Analisis Kualitas Pelayanan Publik Untuk Mewujudkan Good Corporate Governance (Studi Inovasi Program O-Ranger di PT Pos Persero Kota Malang)

*by* Rochman Rochman

---

**Submission date:** 24-Jul-2020 10:32AM (UTC+0900)

**Submission ID:** 1361402595

**File name:** 3.\_Nella\_Jurnal\_Revisi.docx (38.03K)

**Word count:** 2873

**Character count:** 18598

# Analisis Kualitas Pelayanan Publik Untuk Mewujudkan Good Corporate Governance (Studi Inovasi Program O-Ranger di PT Pos Persero Kota Malang)

Oleh  
Nella Faulina RF; Willy Tri Hardianto; Annisa Purwatiningsih

## Abstrak

O-Ranger adalah program PT Pos untuk mempermudah para pelanggan jasa pos dalam mengirim barang. Sistem kerja O-Ranger yaitu dengan mengambil barang langsung ke tempat pelanggan/ *customer*. Penelitian ini akan melihat seberapa puas pelanggan kantor pos terhadap layanan yang diberikan oleh O-Ranger *pick up* Kota Malang. Tujuan penelitian ini guna mengetahui kualitas dari pelayanan O-Ranger PT Pos Persero Kota Malang dan mengetahui bagaimana *Good Corporate Governance* dijalankan dalam program O-Ranger di PT. Pos Persero Kota Malang. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik penentuan informan yaitu menggunakan *snowball sampling* yang mana informan pada penelitian ini adalah marketing dari kantor pos kota Malang, tiga orang O-Ranger dan sepuluh orang pelanggan dari O-Ranger. Sumber data primer adalah pelanggan O-Ranger dan sumber data sekunder adalah pengamatan pada lokasi penelitian secara langsung. Triangulasi data adalah teknik yang digunakan dalam pengumpulan data. Analisa data menggunakan teori dari Miles, Huberman dan Saldana dengan cara: penyeleksian data atau kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi data. Penelitian ini menunjukkan hasil yang baik, dimana pelayanan yang diberikan oleh O-Ranger Kota Malang telah menunjukkan hasil yang baik. Dapat kita lihat dalam dimensi yang ada pada setiap indikator seperti *Tangible*, *Realibility*, *Responsiviness*, *Assurance* juga *Emphaty* menunjukkan respon yang positif dari pengguna jasa O-Ranger. PT Pos Persero telah menyusun pedoman etika bisnis dan tata perilaku (*Code Of Conduct*). Pedoman ini mengatur tentang etika dalam berbisnis dan berperilaku bagi para insan Pos dan semua yang terlibat didalamnya. Hal ini membuktikan bahwa PT Pos telah melaksanakan Good Corporate Governance dengan baik.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, *Good Corporate Governance*, Kepuasan Pelanggan

## Abstract

O-Ranger is a PT Pos program to facilitate postal service customers in sending goods. O-Ranger work system that is by taking goods directly to the customer / customer. This study will look at how satisfied the post office customers are with the services provided by the Malang City O-Ranger pick-up. The purpose of this study was to determine the quality of the O-Ranger service of PT Pos Persero Malang City and to find out how Good Corporate Governance was implemented in the O-Ranger program at PT. Pos Persero Malang City. This study used descriptive qualitative method. The technique of determining informants is using snowball sampling, where the informants in this study are marketing from the Malang post office, three O-Ranger and ten customers from O-Ranger. Primary data sources are O-Ranger customers and secondary data sources are observations at research sites directly. Data triangulation is a technique used in data collection. Data analysis uses theories from Miles, Huberman and Saldana by: selecting data or condensing data, presenting data, and drawing conclusions or verifying data. This research shows good results, where the services provided by O-Ranger Malang have shown good results. We can see in the dimensions that exist in each indicator such as *Tangible*, *Reliability*, *Responsiviness*, *Assurance* as well as *Emphaty*

shows a positive response from O-Ranger service users. PT Pos Persero has compiled a <sup>4</sup>code of business ethics and code of conduct. This guideline regulates ethics in doing business and behavior for the people of the Post and all those involved in it. This proves that PT Pos Indonesia has implemented Good Corporate Governance (GCG) very well.

Keywords: Service Quality, Good Corporate Governance, Customer Satisfaction

## PENDAHULUAN

Pelayanan publik memiliki arti sebagai upaya negara guna memenuhi kebutuhan dasar dari hak setiap warga negaranya atas barang, jasa maupun pelayanan administrasi. Keberhasilan kinerja pemerintah dapat diukur melalui pelayanan publik. Manusia dan pelayanan pada dasarnya tidak dapat dipisahkan (Ningtyas:2017). Sejalan dengan hal tersebut (Hayat: 2017) menyatakan bahwa “Suatu pemerintahan dapat dikatakan berhasil apabila pelayanan dalam negara tersebut telah berjalan dengan baik”. Selain itu hal yang dapat menjadi acuan keberhasilan dari kinerja pemerintah adalah kepuasan yang dirasakan oleh masyarakat apabila masyarakat merasa pelayanan yang diberikan oleh pemerintah memuaskan maka dapat dikatakan pelayanan tergolong sukses.

BUMN ialah contoh perusahaan milik pemerintah yang berperan penting dalam penyelenggaraan pelayanan publik. Ini dikarenakan dalam kesehariannya BUMN bersentuhan langsung dengan masyarakat. BUMN menyediakan pelayanan dalam bidang jasa publik dan barang publik. Salah satu perusahaan BUMN pada bidang jasa pengiriman adalah PT. Pos Indonesia. PT. Pos telah dikenal oleh masyarakat sebagai perusahaan pengiriman terkemuka. PT. Pos Indonesia memiliki jaringan distribusi terbesar se Indonesia yaitu lebih dari 4.000 kantor yang berada di 24.000 titik layanan diseluruh kota, kabupaten dan di hampir semua kecamatan di Indonesia. Ada 418 unit armada layanan bergerak, kendaraan truk dan mobil nas sejumlah 10.523, karyawan yang tersebar diseluruh Indonesia sebanyak 19.502 orang, 3.729 kantor pos online dan 24.674 point of sales. Selain melayani pengiriman surat dan pengiriman barang, PT Pos juga melayani jasa keuangan, ritel dan properti.

Namun seiring berjalannya waktu mulai bermunculan perusahaan-perusahaan pengiriman barang yang menyerupai PT. Pos diantaranya JNE, JNT, Pahala Express, TIKI, ESL Express, dan lain sebagainya. Kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan yang terus berinovasi dapat membuat sebuah perusahaan terus bersaing dengan competitor dan pelanggan menjadi puas terhadap pelayanan yang diberikan. Karena dengan pelayanan yang baik pelanggan akan percaya dan terus menggunakan jasa perusahaan tersebut (SB. Handayani: 2017). Jika pelanggan puas dengan pelayanan yang diberikan maka perusahaan tersebut akan direkomendasikan terhadap orang lain dan akan menggunakan jasa tersebut secara terus- menerus. Betapa pentingnya kualitas dari sebuah pelayanan agar pelanggan dapat merasa puas. Aspek penting perusahaan agar dapat bertahan dan bersaing adalah kepuasan dari pelanggan.

Perusahaan diharap bisa untuk menciptakan produk-produk dengan inovasi baru. Menurut Syafii dan Aditi (2018) “Inovasi merupakan faktor utama di balik penciptaan nilai, kemakmuran ekonomi dan pertumbuhan lapangan kerja”. Salah satu kunci sukses sebuah perusahaan adalah selalu membuat inovasi baru baik dalam wujud produk, layanan ataupun sistem. Inovasi memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap citra perusahaan. Karena dengan inovasi baru pada pelayanan akan membawa dampak positif bagi perusahaan maupun bagi konsumen. Dengan begitu pelanggan akan mendapatkan kepuasan maksimal dan untuk perusahaan akan menambah volume penjualan produknya. Banyak pelaku bisnis di Indonesia yang menawarkan berbagai jasa dan layanan yang inovatif lewat *on line* (daring). Dengan jangkauan luas tanpa batas, perusahaan dapat mencari pelanggan baru.

Objek penelitian ini adalah PT. Pos Indonesia dikarenakan PT. Pos adalah pelayanan pengiriman barang yang sampai kini masih bertahan. Dilansir dalam media *online* Techno.id (2015) dengan judul “Jasa Pos Lesu Akibat Kemajuan Teknologi” bahwa peminat pengiriman surat melalui kantor Pos menurun”. Semakin berkembangnya teknologi adalah salah satu penyebabnya. Banyaknya *onlineshop* membuat masyarakat lebih cenderung

menggunakan jasa Pos untuk pengiriman barang. Era generasi milenial ini membuat jasa pengiriman Pos berusaha untuk berinovasi agar tidak ditinggalkan pelanggan. Inovasi baru yang dilakukan PT. Pos Indonesia diantaranya dengan penjemputan barang gratis. Inovasi ini yang kemudian diberi nama layanan O-Ranger untuk melayani pengambilan barang yang akan dikirim guna mempermudah para pengguna layanan atau yang disebut pick up service di setiap area. Karena hingga kini armada pengiriman barang sejenisnya masih belum ada yang mengusung pelayanan pick-up service dengan jangkauan yang luas. Layanan ini juga terhitung baru yang diluncurkan oleh PT. Pos membuat peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana kualitas pelayanan yang di berikan oleh PT. Pos melalui program O-Ranger dan bagaimana kepuasan dari pelanggan terhadap pelayanan PT. Pos melalui program O-Ranger.

20

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis deskriptif kualitatif dengan lokasi penelitian bertempat di Kantor Pos Kota Malang Yang beralamat di Jl. Merdeka Selatan No. 5.. Teknik Penentuan Informan dengan Snowball Sampling. Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sumber data sekund. Pengumpulan data penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi data. Metode yang digunakan untuk menganalisis data adalah penyeleksian data (kondensasi), menyajikan data, dan menarik kesimpulan (Miles, Huberman, dan Saldana 2014).

## HASIL PENELITIAN

### Kualitas Pelayanan

#### a. Dimensi *Tangible* (Berwujud)

##### 1. Penampilan petugas O-Ranger

Dimata masyarakat penampilan petugas O-Ranger memiliki pandangan yang baik ketika memberikan pelayanan. Hal ini dikarenakan petugas O-Ranger biasanya menggunakan seragam berwarna hijau atau seragam kantor pos berwarna oranye ini membuat petugas O-Ranger tampak rapi dan mudah dikenali oleh pelanggan. ketika melakukan transaksi, pelanggan merasa nyaman dengan penampilan petugas O-Ranger yang rapi.

##### 2. Kenyamanan tempat melakukan pelayanan

Ketika melakukan pelayanan O-Ranger mendatangi rumah atau tempat usaha milik pelanggan yang barangnya akan dipick-up sehingga tidak memerlukan tempat khusus untuk pick-up barang. Hal ini juga membantu pelanggan ketika berinteraksi karena tidak perlu lagi jauh dan capek datang ke kantor pos.

##### 3. Kemudahan dalam proses pelayanan

Masyarakat yang ingin menggunakan jasa O-ranger dapat langsung menghubungi customer service dari kantor pos wilayah masing-masing, yang kemudian dihubungkan oleh Customer service kepada O-ranger dengan lokasi paling dekat dengan pelanggan sehingga barang dapat segera di pick-up. Namun tak jarang O-ranger memasarkan jasanya dari akun sosial media pribadi. Sehingga tanpa melalui kantor pos O-ranger dapat mencari pelanggan sebanyak-banyaknya. Hal ini dirasa dapat membantu dan mempermudah pelayanan O-Ranger kepada masyarakat.

12

##### 4. Kedisiplinan Pegawai dalam melayani pengguna layanan.

O-Ranger termasuk dalam mitra kantor Pos yang bekerja secara *freelance*. Hal ini yang membuat jam operasional dari O-Ranger berbeda dengan jam operasional dari kantor pos, sehingga jam pelayanan O-ranger menjadi tidak pasti. Dari

wawancara dan pengamatan lapangan bahwa sebagian besar O-Ranger mulai beroperasi pada pukul 12 siang, menyesuaikan dengan sebagian besar pelanggan yang merupakan pemilik toko *online shop*. Beberapa pelanggan dari O-ranger ada yang mengeluhkan tentang keterlambatan pengambilan barang, namun tidak sedikit juga pelanggan yang tidak terlalu mempermasalahkannya karena beberapa O-ranger dapat memanage dengan sangat baik waktu untuk pick-up barang dan selalu mengkonfirmasi bila terjadi keterlambatan.

5. Penggunaan alat bantu dalam pelayanan

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan, penggunaan alat bantu untuk transaksi ini menggunakan telepon pintar. Jumlah biaya pengiriman disetiap transaksi dapat langsung dilihat pada aplikasi 'Raja Ongkir' atau dapat langsung dilihat pada *website* resmi kantor pos. Hal ini dirasa masyarakat sangat membantu dan mempermudah dalam melakukan transaksi.

b. Dimensi *Reliability* (Kehandalan)

1. Kecermatan pegawai dalam melayani pengguna layanan.

Pelanggan pengguna jasa O-Ranger pada umumnya mengapresiasi secara positif kecermatan O-Ranger dalam melayani pengguna layanan. Hasil wawancara dengan pelanggan O-Ranger yang hampir semua menyatakan bahwa petugas O-Ranger cermat dalam melayani sehingga para pengguna jasa sangat dimudahkan.

2. Memiliki standar pelayanan yang jelas.

Hasil dari wawancara dengan pelanggan dan O-Ranger mengenai standar pelayanan masih banyak yang tidak mengetahui tentang standar pelayanan O-Ranger. Hal ini disebabkan kurangnya sosialisasi kepada masyarakat mengenai bagaimana standar pelayanan dari O-Ranger.

3. Kemampuan menggunakan alat bantu pelayanan.

Sebagian besar para petugas O-Ranger rata-rata memiliki usia yang masih tergolong muda, sehingga mereka tidak merasa kesulitan saat mengoperasikan peralatan penunjang kegiatannya sebagai O-Ranger.

c. Dimensi *Responsiviness* (Ketanggapan)

1. Merespon setiap pelanggan.

Berdasarkan pengamatan dan wawancara yang telah dilakukan, pelanggan selalu direspon dengan baik oleh petugas O-Ranger selalu memberikan informasi bila terdapat masalah pada barang yang dikirim.

2. Pelayanan cepat dan tepat.

Banyak pelanggan yang menyatakan bahwa pelayanan dari O-Ranger ini sangat bagus, cepat dan juga tidak berbelit-belit, sehingga banyak yang tetap menggunakan jasa pengiriman pos dibandingkan dengan yang lain.

3. Semua keluhan pelanggan di Respon oleh Petugas.

Dari hasil wawancara dengan pelanggan O-Ranger hampir semua menyatakan bahwa setiap keluhan dari pelanggan selalu direspon oleh petugas O-Ranger dengan baik. Dari masalah kecil hingga masalah besar selalu di respon dan diberi solusi dengan baik.

7

d. Dimensi *Assurance* (Jaminan)

1. Petugas memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan.

Petugas O-Ranger menjamin ketepatan waktu dari pengirimannya berdasarkan produk pengiriman yang dipilih oleh pelanggan.

12

2. Jaminan kepastian biaya dalam pelayanan.

1

Biaya dalam pelayanan sudah terintegrasi oleh sistem pelayanan yang ada sehingga nominal yang ditentukan sudah pasti sama dan tidak bisa berubah selain itu tidak dikenakan biaya tambahan untuk jasa penjemputan atau *pick-up* barang

7

3. Petugas memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan.

Berdasarkan pengamatan dan wawancara, setelah petugas *pick-up* semua barang petugas langsung *meng-input* barang dan mencetak resi pengiriman, yang kemudian diberikan kepada pelanggan dengan aplikasi *whatsapp* yang dapat digunakan sebagai bukti bahwa barang telah dikirim.

e. Dimensi *Empaty* (Empati)

1. Mendahulukan kepentingan pelanggan.

Pelanggan dalam sebuah pelayanan dapat diibaratkan seperti raja. Setiap yang diinginkan dan dibutuhkan harus menjadi prioritas. Hampir semua dari O-Ranger menyatakan bahwa ketika ada *customer* yang kesulitan maka akan selalu dibantu. Baik tentang paket yang belum sampai atau hal yang lain. Para O-Ranger selalu siap membantu. Hal ini sangat membantu dan menolong bagi pelanggan.

4

2. Melayani dengan sikap ramah dan sopan santun.

Pengamatan di lapangan menunjukkan para petugas O-Ranger *pick up* kota Malang memberikan pelayanan dengan ramah dan sopan. Hal ini ditunjukkan dengan berbicara kepada pelanggan dengan bahasa yang sopan.

3. Tidak diskriminasi.

Petugas O-Ranger *pick up* tidak pernah membedakan setiap pelanggan. O-ranger tidak pernah membedakan pelanggan, Bagi O-ranger semua pelanggan sama. Agar waktu yang dipergunakan lebih efisien O-ranger melihat dari jaraknya dengan lokasi para O-ranger berada. Titik pemesanan yang paling dekat dengan posisi O-Ranger berada yang akan diambil terlebih dahulu.

## Pengelolaan Good Corporate Governance

Pengelolaan kepuasan pelanggan oleh perusahaan PT Pos Kota Malang, menjadi fokus penelitian ini. Hal ini terdapat dalam pedoman etika bisnis dan tata prilaku, antara perusahaan dengan konsumen yaitu peningkatan kualitas pelayanan juga perusahaan selalu berusaha untuk melayani konsumen dengan baik. Perusahaan mengutamakan kepuasan dan kepercayaan dari konsumen dengan beberapa cara diantaranya produk yang dijual sesuai mutu standar yang sudah ditetapkan; selalu menindaklanjuti keluhan setiap konsumen, melakukan promosi dengan jujur; Memberikan pelayanan purna jual yang sesuai. Serta insan Pos Indonesia ikut andil dalam menggunakan dan memasarkan produk perusahaan.

## Pembahasan

### Tangible

Kualitas pelayanan publik oleh O-Ranger kantor pos Kota Malang pada dimensi *tangible* berdasarkan data dari indikator-indikator dalam penelitian ini bisa dikatakan baik karena dari indikator pada dimensi *tangible* ini hampir semua baik. Hal yang menunjukkan indikator baik pada dimensi ini diantaranya adalah kerapian petugas ketika memberikan pelayanan, kenyamanan tempat saat melakukan pelayanan, kemudian dalam proses pelayanan, kedisiplinan pegawai O-Ranger *pick up* kota Malang saat melayani pengguna layanan, dan penggunaan alat bantu dalam pelayanan.

## Reliability

Rangkaian analisis kualitatif yang dilakukan terhadap dimensi *reliability* pada pelayanan publik O-Ranger *pick up* Kota Malang adalah baik. Karena pada penelitian ini sudah terpenuhi dengan sangat baik indikator tersebut diantaranya adalah kecermatan petugas dalam melayani pelanggan O-Ranger dimana sistem pelayanan ini menggunakan sistem daring sehingga lebih efisien dan cepat, selain itu juga keahlian petugas dalam menggunakan dan mengoperasikan alat penunjang untuk membantu pelayanan O-Ranger *pick up* kota Malang tidak diragukan lagi.

## Responsiveness

Rangkaian analisis kualitatif yang dilakukan terhadap dimensi *responsiveness* sangat baik karena dari ketiga indikator pada dimensi ini ketiga-tiganya menunjukkan hasil yang positif. Yang mana indikator tersebut adalah petugas yang selalu merespon pelanggan dengan baik, pelayanan cepat, tepat, dan tidak bertele-tele. Selain itu semua keluhan yang diajukan oleh pelanggan dari O-Ranger juga direspon dengan sangat baik.

## Assurance

Dimensi *assurance* pada penelitian ini menunjukkan hasil yang baik. Dimensi *assurance* berisi diantaranya untuk memberi keyakinan dan dapat membangun rasa percaya pelanggan untuk selalu tetap menggunakan jasa *pick up* O-Ranger kota Malang. Faktor penyebab dimensi ini menjadi baik diantaranya adalah petugas O-Ranger melayani pelanggan dengan ramah, dan dapat menciptakan kesan yang baik bagi para pelanggan. Menciptakan kesan yang baik kepada para pelanggan dapat membangun rasa percaya antara pelanggan dengan O-Ranger dan juga dengan Kantor Pos,

## Empathy

Dari rangkaian analisis kualitatif pada dimensi empati dijelaskan bahwa semua indikator dalam dimensi ini seperti sikap petugas yang ramah, sopan, bertanggung jawab serta mengutamakan kepentingan dari pelanggan hasilnya sangat baik. Ini terlihat dari prioritas pelayanan yang dilakukan kepada pelanggan. Kantor Pos memiliki misi untuk berkomitmen menyediakan pelayanan yang tepat waktu dan bernilai baik.

## Pelaksanaan Good Corporate Governance pada PT Pos Indonesia

Pada PT Pos telah dilaksanakan berdasarkan keputusan bersama Dewan Komisaris dan Direksi PT Pos Indonesia (Persero) No.288/Dekom/0714 dan Nomor: KD.44/DIRUT/0714 tanggal 01 Juli 2014 tentang Panduan Penerapan Good Corporate Governance di PT Pos Indonesia (Persero)

1. *Transparansi (Transparency)*, adalah keterbukaan dalam mengemukakan informasi materil dan relevan mengenai Perusahaan.
2. *Akuntabilitas (Accountability)*, yaitu memiliki fungsi jelas dan pertanggungjawaban dari setiap masing-masing bagian dan seluruh jajaran agar perusahaan dapat dikelola dengan efektif dan efisien.
3. *Pertanggungjawaban (Responsibility)*, adalah dalam pengelolaan perusahaan yang sesuai dengan undang-undang yang berlaku serta menggunakan prinsip korporasi yang sehat.



10

4. Kemandirian (*Independency*), yaitu perusahaan menggunakan prinsip korporasi yang baik dan sehat secara mandiri sesuai dengan peraturan undang-undang yang berlaku tanpa pengaruh dari pihak manapun.
5. Kewajaran (*Fairness*), adalah memenuhi hak dari pemangku kepentingan (*stakeholders*) sesuai aturan dan perjanjian yang berlaku.

Dari analisis kualitas pelayanan tersebut dapat diketahui bahwa pengelola PT Pos melalui O-Ranger telah mewujudkan *Good Corporate Governance*. Hal ini sesuai dengan pelayanan kualitas terbaik yang diberikan oleh perusahaan produk yang dijual sesuai standar mutu, menerima dan menindak lanjut keluhan dari pelanggan dan melakukan promosi yang jujur selain itu pengelolaan PT Pos yang sesuai dilihat dari prinsip *Good Corporate Governance* meliputi Transparansi, Akuntabilitas, Pertanggungjawaban, Kemandirian, Kewajaran. Sehingga dapat dikatakan pelayanan O-Ranger terhadap pelanggan dalam kategori baik. Mengingat produk O-Ranger *pick up* ini adalah produk layanan menjemput barang yang termasuk inovasi baru yang dikeluarkan oleh PT Pos untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan kepada para pelanggan PT Pos Indonesia khususnya di kota Malang.

## KESIMPULAN

Analisis dari kualitas pelayanan O-Ranger *pick up* kota Malang menunjukkan hasil yang baik. Ini dibuktikan berdasarkan indikator-indikator pada dimensi kualitas pelayanan diantaranya *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy* yang baik. Selain itu PT. Pos Kota Malang sudah melaksanakan dengan baik *Good Corporate Governance* pada program O-Ranger di PT Pos Kota Malang. Dibuktikan dengan telah disusunnya pedoman etika bisnis dan tata prilaku (*code of conduct*) oleh PT Pos Persero sebagai hasil menerapkannya *Good Corporate Governance* tentang etika perusahaan dengan konsumen yang selalu berusaha melayani dengan kualitas terbaik terhadap konsumen.

Saran penelitian ini yaitu perlu adanya tambahan alat penunjang pelayanan agar dapat lebih maksimal dalam kinerja dan pelayanan serta menentukan jam kerja yang pasti untuk agar tidak ada keterlambatan pelayanan O-Ranger saat mengambil dan mengirim barang.

# Analisis Kualitas Pelayanan Publik Untuk Mewujudkan Good Corporate Governance (Studi Inovasi Program O-Ranger di PT Pos Persero Kota Malang)

## ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

14%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://eprints.stainkudus.ac.id">eprints.stainkudus.ac.id</a> Internet Source	3%
2	<a href="http://www.posindonesia.co.id">www.posindonesia.co.id</a> Internet Source	2%
3	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper	1%
4	<a href="http://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Internet Source	1%
5	<a href="http://pt.slideshare.net">pt.slideshare.net</a> Internet Source	1%
6	<a href="http://digilib.uin-suka.ac.id">digilib.uin-suka.ac.id</a> Internet Source	1%
7	<a href="http://cmbs.untar.ac.id">cmbs.untar.ac.id</a> Internet Source	1%
8	Submitted to Universitas Jenderal Soedirman Student Paper	1%

---

9	Sri Wahyuningsih. "Implikasi Persyaratan dan Tata Cara Pemberian Izin Penyelenggaraan Pos", Jurnal Penelitian Pos dan Informatika, 2017 Publication	1%
10	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	1%
11	digilib.uns.ac.id Internet Source	1%
12	Submitted to Universitas Islam Malang Student Paper	<1%
13	www.masterstudies.co.id Internet Source	<1%
14	www.elsevier.es Internet Source	<1%
15	repositori.usu.ac.id Internet Source	<1%
16	Submitted to Lambung Mangkurat University Student Paper	<1%
17	ojs.umsida.ac.id Internet Source	<1%
18	www.slideshare.net Internet Source	<1%

---

es.scribd.com

19

Internet Source

&lt;1%

20

[ejournal.kopertais4.or.id](http://ejournal.kopertais4.or.id)

Internet Source

&lt;1%

21

Muhammad Tho'in. "Pengaruh Faktor-faktor Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Nasabah di Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) Tekun Karanggede Boyolali", Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, 2011

Publication

&lt;1%

22

[elib.unikom.ac.id](http://elib.unikom.ac.id)

Internet Source

&lt;1%

23

[issuu.com](http://issuu.com)

Internet Source

&lt;1%

24

[anzdoc.com](http://anzdoc.com)

Internet Source

&lt;1%

25

Submitted to Artesis Plantijn Hogeschool

Student Paper

&lt;1%

26

Submitted to Binus University International

Student Paper

&lt;1%

27

Submitted to STIE Perbanas Surabaya

Student Paper

&lt;1%

28

[eprints.upnjatim.ac.id](http://eprints.upnjatim.ac.id)

Internet Source

&lt;1%

29	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	<1%
30	Submitted to Universitas Airlangga Student Paper	<1%
31	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	<1%
32	Submitted to Universitas Merdeka Malang Student Paper	<1%
33	Submitted to Politeknik Negeri Bandung Student Paper	<1%
34	Submitted to Pasundan University Student Paper	<1%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off

# Analisis Kualitas Pelayanan Publik Untuk Mewujudkan Good Corporate Governance (Studi Inovasi Program O-Ranger di PT Pos Persero Kota Malang)

---

PAGE 1

---

PAGE 2

---

PAGE 3

---

PAGE 4

---

PAGE 5

---

PAGE 6

---

PAGE 7

---

PAGE 8

---