

ABSTRAK

Di era globalisasi saat ini setiap pelaku usaha dituntut untuk terus berinovasi agar tetap bisa bersaing, PT.Pos merupakan salah satu BUMN yang dituntut untuk terus eksis. PT.Pos dituntut untuk terus berinovasi terutama dibidang pelayanannya agar tidak ditinggalkan pelanggannya serta tetap bisa bersaing dengan kompetitor dan dapat memuaskan pelanggannya. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis inovasi PT.Pos Indonesia. Penelitian ini merupakan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini dengan wawancara, pengamatan dan dokumentasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur kualitas pelayanan didasarkan pendapat teori dari Zeithaml. Adapun berdasarkan dari teori tersebut maka focus penelitian ini berupa indikator yang meliputi : *tangible* (ketampakan/berwujud), *realibility* (kehandalan), *responsiviness* (tanggapan/respon), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Hasil penelitian menunjukkan inovasi-innovasi pelayanan yang dibuat PT.Pos Indonesia untuk meningkatkan dan menciptakan kualitas pelayanan sudah cukup baik, namun masih dijumpai beberapa keluhan dari pelanggan menandakan masih perlu ditingkatkannya inovasi dan kualitas pelayanan yang dilakukan. Penelitian ini merekomendasikan perlunya perluasan mengenai inovasi yang dilakukan dan peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen agar bisa terus bersaing.

Kata Kunci : Inovasi PT.Pos, Kualitas Pelayanan PT.Pos