

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

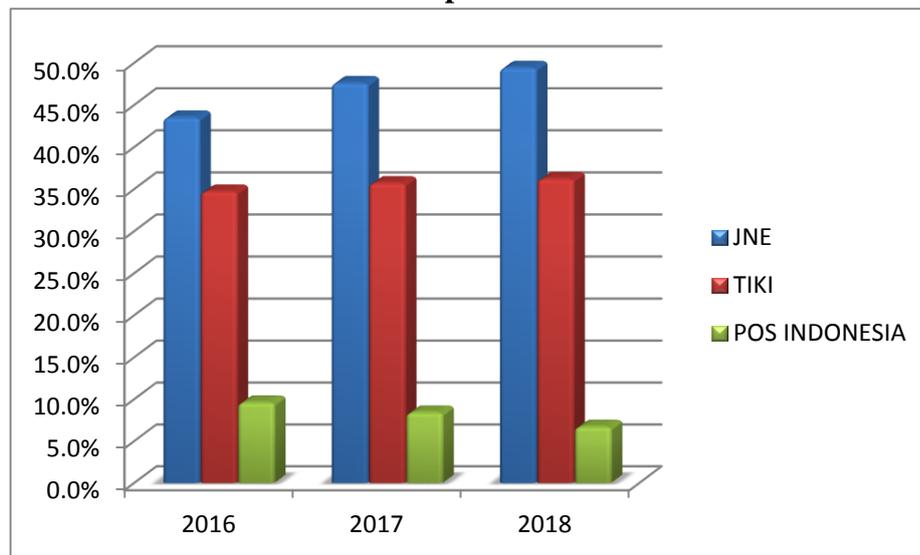
Perubahan dan perkembangan di bidang teknologi membawa dampak yang cukup besar pada berbagai bidang yang mengikuti perekonomian dunia, dari ekonomi industri menuju ekonomi jasa. Salah satu perkembangan teknologi yaitu perkembangan akan pengiriman dan penerimaan barang yang dapat dilakukan dengan mudah, cepat, dan aman. Dengan meningkatnya perkembangan teknologi, maka kebutuhan akan jasa pengiriman barangpun semakin meningkat.

Meningkatnya pertumbuhan industri jasa pengiriman barang atau paket membuat perusahaan penyedia jasa dituntut untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Perusahaan berupaya memenuhi apa yang diharapkan oleh pelanggan dengan memberikan pelayanan yang maksimal, sehingga pelanggan merasa puas. Hal ini menjadikan perusahaan semakin berkualitas dan mampu bersaing serta dapat menguasai pangsa pasar.

Pada hakekatnya setiap industri jasa pengiriman barang atau paket mempunyai peluang untuk dipilih jasa pengirimannya, namun melihat adanya beberapa kasus layanan yang dapat merubah tingkat kepuasan pelanggan terhadap PT. Pos Indonesia seperti lambatnya layanan pengiriman PT. Pos Indonesia, hilangnya paket kiriman, hingga tanggapan dari PT. Pos Indonesia yang dinilai mengecewakan dan monoton dimana pelanggan harus melakukan pengaduan berulang-ulang namun tidak ada kejelasan jawaban terkait paket yang dikirim maupun yang diterima. Hal ini akan menimbulkan turunnya kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan PT. Pos Indonesia.

Berikut ini data yang menggambarkan indeks penurunan brand PT. Pos Indonesia :

Gambar 1.1
Data survei top brand 3 tahun terakhir



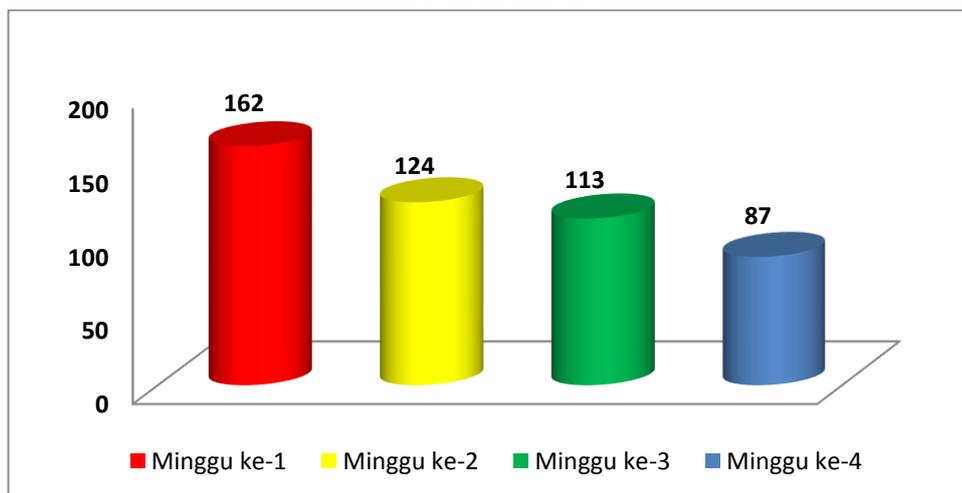
Sumber : www.topbrand-award.com

Gambar 1.1 diatas menggambarkan bahwa penurunan pelanggan PT. Pos Indonesia belum mampu menjadi brand unggulan dimata konsumen Indonesia. Selama 3 tahun berturut-turut PT. Pos Indonesia (Persero) menduduki peringkat ketiga setelah JNE dan TIKI. Bahkan pada tahun terakhir indeksnyapun kian menurun dari 8,4% ditahun 2017 menjadi 6,7% ditahun 2018. Data tersebut menjelaskan bahwa konsumen di Indonesia lebih memilih dan merasa puas terhadap kualitas pelayanan jasa pengiriman swasta dibanding PT. Pos Indonesia.

Pada dasarnya, pengertian kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Apabila jasa yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas dipersepsikan baik dan memuaskan.

Sebagai institusi jasa, kantor pos tidak hanya dituntut untuk memenuhi pelayanan dengan baik, akan tetapi juga harus mampu bersaing untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya dengan memberikan service quality yang terbaik kepada para pelanggannya. Oleh karena itu diperlukan suatu konsep berwawasan konsumen dimana perusahaan jasa PT Pos Indonesia ini memusatkan perhatian penuh terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen. Seiring dengan perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan saat ini ditambah pesatnya persaingan antar perusahaan jasa pengiriman paket PT Pos Indonesia Cabang Sidoarjo yang mengakibatkan jumlah pelanggan yang fluktuatif dan kecenderungan menurun. Hal ini dapat dilihat pada tabel berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh peneliti pada PT Pos Indonesia Cabang Sidoarjo sebagai berikut :

Gambar 1.2
Jumlah Pengguna Jasa Paket PT. Pos Indonesia
Bulan Juli 2018



Sumber: PT. Pos Indonesia Cabang Sidoarjo

Berdasarkan Gambar 1.2 di atas dapat diketahui bahwa jumlah pengguna jasa paket PT. Pos Indonesia pada 4 minggu di bulan Juli tahun 2018 adalah

fluktuatif tetapi secara umum jumlah pengunjung pada PT Pos Indonesia mengalami penurunan. Kepuasan Pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual produk atau jasa yang dirasakan setelah pemakaiannya. (Tjiptono, 2012:311). Pada dasarnya, pengertian kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Apabila jasa yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas dipersepsikan baik dan memuaskan.

Kualitas jasa merupakan salah satu faktor yang diperhatikan pelanggan dalam memilih jasa yang dibutuhkan. Parasuraman et. al dalam Tjiptono (2001:70) mengemukakan lima dimensi pokok kualitas jasa, yaitu : *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *emphaty* (empati).

Masing-masing penyedia jasa harus mengetahui faktor-faktor apa yang dianggap penting oleh pelanggan yang juga harus berusaha menghasilkan kinerja sebaik mungkin untuk dapat memuaskan pelanggan. Faktor-faktor yang berperan dalam kepuasan pelanggan antara lain : mutu, harga, dan penyerahan produk atau jasa ke pelanggan yang lebih baik daripada pesaing.

Menurut Lupiyoadi (2001:150) ada dua faktor utama yang mempengaruhi kepuasan dan kualitas jasa pelayanan, yaitu jasa yang diharapkan dan jasa yang diterima. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai atau melebihi yang diharapkan, maka kualitas pelayanan memuaskan. Sebaliknya apabila jasa yang diterima atau dirasakan dibawah apa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan

tidak memuaskan. Kualitas jasa yang baik akan menguntungkan PT. Pos Indonesia dan pelanggan. Apabila pelanggan puas akan mendorong loyalitas pelanggan, salah satunya melalui komunikasi dari mulut ke mulut (*Word of mouth communication*). Eswika Nilasari (2015) dengan judul penelitian “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pada Dealer PT Ramayana Motor Sukoharjo” menyatakan bahwa *tangible, reliability, assurance, responsiveness, empathy* secara positif mempengaruhi *service quality* secara simultan.

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan sebelumnya maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Service Quality Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Pengiriman Paket pada PT. Pos Indonesia (PERSERO) Cabang Sidoarjo”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan dikaji oleh penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Bukti Fisik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia Cabang Sidoarjo?
2. Apakah Keandalan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia cabang Sidoarjo?
3. Apakah Daya Tanggap berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia Cabang Sidoarjo?
4. Apakah Jaminan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia Cabang Sidoarjo?

5. Apakah *Empati* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia cabang Sidoarjo?
6. Apakah *Service Quality* yang meliputi Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia Cabang Sidoarjo?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang dikemukakan diatas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah Bukti Fisik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia Cabang Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui apakah Keandalan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia. Cabang Sidoarjo
3. Untuk mengetahui apakah Daya Tanggap berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia Cabang Sidoarjo.
4. Untuk mengetahui apakah Jaminan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia Cabang Sidoarjo.
5. Untuk mengetahui apakah Empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia Cabang Sidoarjo.
6. Untuk mengetahui apakah *Service Quality* yang meliputi Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia Cabang Sidoarjo.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yang hendak dicapai adalah :

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan atau masukan untuk menentukan kebijaksanaan perusahaan dimasa yang akan datang, serta meningkatkan kepuasan konsumen melalui kualitas pelayanan yang diberikan.

2. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber bacaan untuk menambah wawasan dan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

3. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini merupakan praktek langsung dari ilmu dan teori yang diperoleh selama menempuh pendidikan di bangku kuliah yang diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis serta sebagai sarana untuk mengembangkan ilmu pengetahuan serta cara berfikir ilmiah.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika skripsi ini memberikan gambaran yang terperinci mengenai isi skripsi. Dalam setiap bab mempunyai sub-sub bab tersendiri, sebagai berikut :

Bab I : Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah yang memberikan gambaran secara garis besar yang berhubungan dengan penulisan skripsi ini, rumusan masalah yang memberikan pemecahan tujuan penelitian yang dicapai berdasarkan rumusan masalah, manfaat penelitian dan sistematika skripsi.

Bab II : Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi menguraikan tentang teori-teori sebagai dasar pembahasan skripsi yang meliputi: landasan teori, model analisis dan hipotesa serta penelitian sebelumnya.

Bab III : Metode Penelitian

Bab ini berisi tentang pendekatan penelitian, devinisi operasional variabel, jenis dan sumber data, prosedur pengumpulan data dan teknik analisa penelitian yang digunakan untuk menjelaskan permasalahan yang ada.

Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini berisi tentang data yang berhubungan dengan masalah penelitian, antara lain gambaran umum tentang perusahaan, penyajian data, serta pembahasan masalah.

Bab V : Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari keseluruhan pembahasan serta saran-saran yang dapat diberikan atas masalah yang ada, yang mungkin dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk dapat menetapkan kebijakan pada periode berikutnya.