

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dunia bisnis yang semakin ketat di era globalisasi saat ini memaksa para pebisnis untuk terus berjuang memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen yang semakin banyak dan beragam. Jasa juga telah menjadi industri yang dapat memberikan kontribusi terhadap pendapatan nasional. Perusahaan yang ingin berkembang dan memperoleh keunggulan kompetitif sebagai sektor ekonomi perlu menawarkan produknya dalam bentuk harga yang kompetitif, pengiriman yang lebih cepat, dan peningkatan layanan kepada pelanggan strategis. Peran orang-orang progresif di suatu negara.

Peran sebagai sarana transportasi barang ini meliputi pelayanan dalam penyediaan akses transportasi barang baik dalam jarak dekat maupun jarak jauh. Pada bisnis jasa pengiriman barang, produsen dan konsumen harus berinteraksi dengan efektif untuk menciptakan nilai superior selama melakukan pembelian jasa. Secara garis besar manusia ingin memenuhi kebutuhannya dengan baik melalui barang maupun jasa (Kotler & Armstrong, 2018).

Tabel 1.1

TOP BRAND INDEX Jasa Kurir di Indonesia Tahun 2018,2019 dan 2020

BRAND	TBI			PERINGKAT			
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	
JNE	45.0%	26.4%	27.3%	1	1	1	TOP
J&T	13.9%	20.3%	21.3%	2	2	2	TOP
TIKI	13.6%	12.6%	10.8%	3	3	3	TOP
POS INDONESIA	11.6%	5.4%	7.7%	4	4	4	
DHL	3.5%	3.8%	4.1%	5	5	5	

Sumber:<http://topbrand-award.com/>

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas, menunjukkan bahwa JNE adalah perusahaan jasa kurir terbaik tahun 2018 sampai 2020 dengan rata-rata nilai TBI sebesar 32.9% dan J&T menempati urutan kedua dengan rata-rata nilai TBI sebesar 18.5%. Sedangkan TIKI yang notabene merupakan perusahaan jasa kurir swasta tertua di Indonesia berada di peringkat ketiga sepanjang tahun 2018 sampai 2020 dengan rata-rata nilai TBI sebesar 12.33%. Pos Indonesia yang merupakan perusahaan BUMN sekaligus perusahaan jasa kurir serta logistik tertua di Indonesia. Pos Indonesia menduduki peringkat keempat pada tahun 2018 sampai 2020 dengan rata-rata nilai TBI sebesar 8.23%. DHL sepanjang tahun 2018 sampai 2020 terus menduduki peringkat kelima dengan rata-rata nilai TBI sebesar 3.8%.

Perkembangan jasa pelayanan pengiriman dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat luas. Semakin banyaknya perusahaan jasa pengiriman yang bermunculan pada saat ini sehingga harus dapat menciptakan strategi agar mampu bersaing dan lebih unggul dibandingkan pesaingnya. Adanya perusahaan yang menyediakan berbagai layanan pengiriman antara lain seperti PT. Pos Indonesia (PERSERO), JNE, Tiki, J&T Express, dan DHL. Perusahaan yang sudah lama berdiri dan memiliki konsumen/pelanggan seharusnya menjaga asetnya serta melakukan inovasi agar para pelanggan tidak berpindah ke perusahaan lain.

Tabel 1.2
Kinerja Pegawai Kantor Pos Indonesia (PERSERO)
Cabang Utama Cirebon

No.	Faktor	Nilai	Kriteria
1.	Kedisiplinan ketepatan masuk jam kerja.	81,0	Sangat Baik
2.	Kedisiplinan kehadiran	90,6	Sangat Baik
3.	Kedisiplinan kerapian	96,5	Sangat Baik
4.	Kedisiplinan ketepatan penyelesaian pekerjaan	89,1	Sangat Baik

5.	Kedisiplinan penyelesaian tugas	88,2	Sangat Baik
6.	Pengembangan karir	73,4	Baik
7.	Manfaat Pelatihan	79,3	Baik
8.	Fasilitas kerja	72,1	Baik
9.	Suasana kerja	77,6	Baik
10.	Ketepatan menyelesaikan tugas	77,5	Baik
11.	Motivasi dalam kerja	87,8	Sangat Baik
12.	Wawasan kerja	82,1	Sangat Baik
13.	Faktor pengaruhi gaji	72,8	Baik
14.	Peningkatan prestasi	73,0	Baik
15.	Motivasi gaji	75,5	Baik

Sumber: Pra-survey yang dilakukan peneliti

Adapun faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen/pelanggan serta ketepatan cara penyampaianya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan konsumen tersebut. Pelayanan yang diberikan akan mempengaruhi kepuasan konsumen dan tetap akan berpengaruh besar terhadap sebuah perusahaan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk (Soegoto, 2018).

Ketepatan waktu adalah hal yang sangat diutamakan bagi perusahaan jasa, Oleh karena itu, ketepatan waktu yang sesuai dalam pengiriman suatu barang itu merupakan pendekatan strategi pemasaran atau jalan mencari tahu tentang bagaimana nilai-nilai yang diharapkan oleh para pelanggan. Ketepatan waktu yang sangat berkualitas, apabila ketepatan waktu yang diberikan sudah sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pengguna jasa tersebut, sebaliknya jika ketepatan waktu yang diberikan tidak sesuai dengan apa yang diinginkan oleh

para pelanggan, Maka ketepatan waktu itu merupakan pelayanan yang kurang berkualitas serta dapat membuat para pelanggan mengeluh atau tidak akan kembali lagi ke Kantor Pos Indonesia tersebut.

Setiap perusahaan dituntut untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggannya dengan ketepatan waktu pengiriman dan pelayanan yang optimal, mengingat perusahaan harus mampu mempertahankan posisinya di tengah persaingan bisnis yang ketat seperti sekarang ini. Wyckof dalam Arief “kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Arief, 2018).

Perusahaan yang gagal memuaskan pelayanannya akan menghadapi masalah yang kompleks. Umumnya pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan memuaskan pelanggan. Oleh karena itu, setiap perusahaan jasa wajib merencanakan, mengorganisasikan, mengimplementasikan, dan mengendalikan sistem kualitas sedemikian rupa, sehingga pelayanan dapat memuaskan para pelanggannya. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dimana terdapat lima dimensi. Menurut Agustyn, 2018 menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan meliputi persepsi yang berhubungan dengan sarana fisik (*Tangibles*), kehandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*) dan empati (*Empathy*).

Daya tarik jasa pengiriman yang dinilai cukup besar dan menjanjikan membuat banyak perusahaan pengiriman menekuni bisnis tersebut. Begitu juga dengan PT. Pos Indonesia (PERSERO) yang merupakan sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Indonesia yang bergerak dibidang layanan pos. PT. Pos Indonesia (PERSERO) merupakan perusahaan yang sudah lama berdiri dan memiliki keunggulan dengan memiliki brand dan image yang sudah lebih dulu di kenal di kalangan masyarakat luas bahwa PT. Pos Indonesia (PERSERO) merupakan perusahaan pengiriman terkemuka. Akan tetapi dengan hanya bermodalkan jam terbang dan pengalaman saja tentu tidak cukup. Bukan tidak mungkin bahwa perusahaan tersebut lama-lama akan dilupakan pelanggan jika perusahaan tidak melakukan peningkatan terhadap kualitas pelayanannya dan

ketepatan pengiriman waktu yang lebih optimal agar bisa bersaing dengan perusahaan jasa sejenis lainnya karena saat ini semakin meningkat persaingan usaha dan perkembangan teknologi informasi (Juniariska, 2020).

Peningkatan Kualitas Pelayanan PT. Pos Indonesia (PERSERO) sangat diperlukan berkaitan dengan adanya persaingan usaha jasa dalam pelayanan Pos. Dalam pelaksanaan dan perkembangannya, banyak masyarakat yang mempertanyakan kualitas pelayanan PT. Pos Indonesia (PERSERO) dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat yang dirasa belum maksimal. Pertanyaan tersebut timbul karena adanya keterlambatan pengiriman surat dan paket, kerusakan dan kehilangan barang kiriman. Hal ini tentu saja merupakan satu fenomena yang menunjukkan bahwa PT. Pos Indonesia (PERSERO) belum dapat memenuhi kebutuhan masyarakat yang beragam. Masalah yang perlu digaris bawahi utamanya adalah masalah pelayanan, karena dengan pelayanan yang prima dan ramah terhadap masyarakat maka kepuasan pelanggan dapat tercapai (Rofiah, 2018).

Tabel 1.3

Data Jumlah pos paket yang diterima menurut jenis pengiriman Tahun 2022

Bulan	Satuan	Dalam Negeri	Luar Negeri
Januari	Paket	6,821	1,062
Februari	Paket	5,352	1,159
Maret	Paket	7,683	972
April	Paket	6,249	747
Mei	Paket	5,962	656
Juni	Paket	6,428	647
Juli	Paket	5,284	723
Agustus	Paket	5,969	648
September	Paket	8,447	776
Oktober	Paket	10,826	601
November	Paket	6,603	738
Desember	Paket	6,959	482

Sumber Data: Kantor Pos Cirebon

Berdasarkan tabel diatas jumlah pos paket yang diterima dari Bulan Januari hingga Bulan Desember 2002, pos paket di Dalam Negeri yang paling banyak diterima sampai mencapai 10.826 di Bulan Oktober.

Menurut Kotler (2018) salah satu cara agar dapat memenangkan sebuah persaingan antar perusahaan lain ialah dengan berusaha semaksimal mungkin agar dapat mempertahankan pelanggan yang sudah ada, karena untuk mencari pelanggan yang baru membutuhkan banyak biaya yang lebih besar dari pada mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Adanya proses pelayanan memuaskan dengan kualitas pelayanan yang baik dan ramah, Semakin banyak bertambahnya pemikiran para pelanggan akan mempertimbangkan proses pemakaian suatu jasa pengiriman, maka perusahaan harus meningkatkan lagi kualitas pelayanan, ketepatan waktu agar perusahaan jasa tersebut dapat bersaing dengan perusahaan lainnya.

Keterlambatan pengiriman, ketidakterawatan barang, barang yang gagal kirim, dan hal-hal lain yang dapat mengganggu aktivitas pelayanan akan membuat kualitas pelayanan menurun, oleh karena itu perusahaan harus tetap menjaga kualitasnya dengan melakukan pengendalian kualitas salah satunya dengan menggunakan statistical quality control.

Menurut (Handoko 2018) ketepatan waktu ialah jangka waktu pelanggan memesan suatu produk sehingga produk tersebut tiba di pelanggan secara tepat waktu dengan aman dan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Menurut (Aminah, Rafani, and Hariyani 2018) Ketepatan waktu ialah bahwa proses pengiriman barang yang dilakukan harus sesuai dengan hari dan tanggal yang telah ditentukan apabila hari dan tanggal tidak sesuai yang telah ditentukan dapat menjadi pemacu pelanggan untuk komplain, dengan jumlah pengiriman barang dan barang yang sampai harus secara tepat waktu agar para pelanggan merasa puas jika barang yang diantar tersebut sampai dengan waktu yang telah ditentukan.

Pertumbuhan dari PT. Pos Indonesia dalam bisnis jasa pengiriman bisa dikatakan kalah bersaing dengan jasa pengiriman lainnya yang lincah dan inovatif, hal ini dibuktikan dengan kurangnya dalam melakukan antisipasi terhadap perubahan zaman serta model bisnis logistik. Dikatakan kalah bersaing

dengan jasa pengiriman yang lainnya, karena didalam PT. Pos Indonesia dalam melayani para pelanggan masih kurang cepat, serta di PT. Pos Indonesia sendiri pelanggan yang menggunakan jasa PT. Pos Indonesia semakin berkurang. akan tetapi dalam pertumbuhan bisnis logistik cukup tinggi yaitu mencapai hingga 8,28% per triwulan I tahun 2019 dari data BPS (Badan Pusat Statistik). Sedangkan jika dibandingkan dengan perusahaan jasa pengiriman yang saat ini berkembang pesat PT. Pos Indonesia sangat ketinggalan jauh.

Peneliti memilih judul penelitian ini karena menurut saya kantor pos ini jika dibandingkan dengan perusahaan ekspedisi lainnya khususnya di bidang jasa kurir itu tarif yang dikenakan lebih terjangkau dan kantor pos juga memiliki jangkauan pengiriman yang sanagat luas.

Penelitian diperlukan untuk mengidentifikasi Kualitas pelayanan dan Ketepatan waktu pengiriman sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dalam memperebutkan pelanggan yang dihadapkan dengan berbagai macam pilihan. Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul yaitu “Pengaruh kualitas pelayanan dan Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan di kantor pos Indonesia (PERSERO) Cabang Utama Cirebon”

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang telah dijabarkan di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan belum maksimal karena responsivitas penyedia layanan masih lambat dalam menanggapi komplain pelanggan
2. Ketepatan waktu pengiriman kurang cepat masih sangat ketinggalan jauh dengan perusahaan ekspedisi lainnya
3. Penerapan SOP tidak terlaksana dengan baik
4. Harga yang masih relatif lebih mahal dibandingkan dengan perusahaan ekspedisi lainnya
5. Masyarakat awam kurang begitu paham terkait pengiriman produk menggunakan jasa kantor pos

C. Batasan Masalah

Dari uraian lima (5) identifikasi masalah di atas, peneliti akan membatasi ruang lingkup penelitian. Adapun terdapat dua variabel yang akan peneliti gunakan, yaitu variabel *independent* kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman dan variabel *dependent* kepuasan pelanggan di kantor pos Indonesia (PERSERO) cabang utama Cirebon.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di kantor pos Indonesia (PERSERO) Cabang Utama Cirebon?
2. Apakah ketepatan waktu pengiriman berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di kantor pos Indonesia (PERSERO) Cabang Utama Cirebon?
3. Apakah kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di kantor pos Indonesia (PERSERO) Cabang Utama Cirebon?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di kantor pos Indonesia (PERSERO) Cabang Utama Cirebon.
2. Untuk menguji ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan di kantor pos Indonesia (PERSERO) Cabang Utama Cirebon.
3. Untuk menguji kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan di kantor pos Indonesia (PERSERO) Cabang Utama Cirebon.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat Penelitian ini adalah:

A. Manfaat Akademik

Sebagai bahan referensi lebih lanjut dalam hal yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan dan Selain itu juga untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai hal tersebut, serta diperolehnya manfaat dari pengalaman penelitian.

B. Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan wawasan dan ilmu pengetahuan.
2. Untuk menambah koleksi pengetahuan mahasiswa lain serta sebagai acuan untuk penelitian berikutnya.
3. Sebagai penerapan ilmu dan teori yang telah diperoleh selama masa perkuliahan dan membandingkannya dengan kenyataan yang ada di lapangan

C. Manfaat Praktis

Manfaat penelitian ini diharapkan bagi penulis dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengimplentasikan pengetahuan penulis tentang penerapan kualitas pelayanan dan ketersediaan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Dan bagi peneliti diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam penelitian ini.

G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman isi laporan penelitian dari awal sampai akhir, maka penulis membuat sistematika penulisannya sebagaimana uraian berikut ini :

BAB I PENDAHULUAN:

Pendahuluan mencakup bahasan latar belakang masalah dan rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II KAJIAN TEORI:

Berisi tentang teori dasar yang mendasari analisis pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketersediaan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kantor Pos Indonesia (PERSERO) Cabang Utama Cirebon

BAB III METODOLOGI PENELITIAN:

Metodologi penelitian terdiri dari pembahasan obyek penelitian, definisi operasional variabel, data penelitian, model penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN:

Mengkaji tentang deskripsi data, pengujian hipotesis, pembahasan hasil penelitian, dan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN:

Mengkaji tentang pernyataan sederhana berupa kesimpulan dari seluruh pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, keterbatasan penelitian, serta saran atau rekomendasi yang urgent.