

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis sangat tajam, baik dipasar domestik (nasional) maupun di pasar internasional atau global. Salah satu tantangan terbesar dalam bisnis di era ini adalah menciptakan dan mempertahankan pelanggan yang puas dan loyal. Tidak ada perusahaan yang mampu bertahan dalam jangka panjang tanpa ada pelanggan yang puas. Maka dari itu, perusahaan harus bekerja keras untuk dapat memuaskan pelanggan, sehingga dapat memenangkan persaingan yang ada serta membawa dampak yang positif terhadap kemajuan perusahaan. Salah satu hal terpenting dalam bidang jasa yang harus diperhatikan oleh perusahaan agar dapat menarik dan mempertahankan pelanggan yaitu pelayanan. Pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain (konsumen, pelanggan, tamu, klien, pasien, penumpang, dan lain-lain) yang tingkat pemuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani maupun yang dilayani (Davis dalam Valentina, 2011). Pelayanan yang diberikan dapat menimbulkan sikap positif maupun negatif pelanggan terhadap perusahaan dan produk yang dihasilkan. Maka dari itu, pelayanan harus dilakukan dengan sebaik-baiknya agar pelanggan merasa puas dan loyal kepada perusahaan sehingga perusahaan dapat bertahan dan terus menjalankan usahanya dengan lancar.

Dalam laman resmi web milik PT. Pos Indonesia, sejarah PT POS Indonesia atau lebih dikenal dengan Kantor Pos adalah salah satu Badan Usaha yang bergerak di bidang jasa khususnya pengiriman surat menyurat. Sejarah mencatat keberadaan Pos Indonesia begitu panjang, Kantor Pos pertama didirikan di Batavia (sekarang Jakarta) oleh Gubernur Jendral G.W Baron van Imhoff pada tanggal 26 Agustus 1746 dengan tujuan untuk lebih menjamin keamanan surat-surat penduduk, terutama bagi mereka yang berdagang dari kantor-kantor di luar Jawa dan bagi mereka yang datang dari dan pergi ke Negeri Belanda. Sejak itulah pelayanan pos telah lahir mengemban peran dan fungsi pelayanan kepada publik Pos Indonesia telah beberapa kali mengalami perubahan status mulai dari Jawatan PTT (Post,

Telegraph dan Telephone). Badan usaha yang dipimpin oleh seorang Kepala Jawatan ini operasinya tidak bersifat komersial dan fungsinya lebih diarahkan untuk mengadakan pelayanan publik. Perkembangan terus terjadi hingga statusnya menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Mengamati perkembangan zaman dimana sektor pos dan telekomunikasi berkembang sangat pesat, maka pada tahun 1965 berganti menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos dan Giro), dan pada tahun 1978 berubah menjadi Perum Pos dan Giro yang sejak ini ditegaskan sebagai badan usaha tunggal dalam menyelenggarakan dinas pos dan giropos baik untuk hubungan dalam maupun luar negeri. Selama 17 tahun berstatus Perum, maka pada Juni 1995 berubah menjadi Perseroan Terbatas dengan nama PT Pos Indonesia (Persero).

PT. POS Indonesia merupakan salah satu usaha jasa yang juga merasakan ketatnya persaingan. Persaingan yang semakin ketat tersebut dapat dilihat dengan semakin banyaknya ekspedisi yang bermunculan dan perusahaan jasa pengiriman barang swasta multinasional, antara lain adalah DHL, Fed-ex (Federal Express), TNT, JNE, J&T dan dapat dilihat dalam prosentase data *Top Brand Award* Jasa Kurir tahun 2022 dan dari sumber berita Suara.com 2022.

Tabel 1.1 Data *Top Brand Award* Jasa Kurir 2022

Brand	Bulan			
	Januari	Februari	Maret	April
J&T	53,70%	45,10%	36,20%	35,70%
JNE	28,60%	33,20%	43,50%	47,60%
POS INDONESIA	18,60%	12,90%	21,40%	30,20%
DHL	10,30%	12,80%	9,60%	14,30%
Fedex	8,20%	7,35%	9,21%	8,23%

Sumber: www.topbrand-award.com, diakses pada 30 Juli 2022

Dapat dilihat dari tabel *Top Brand Award* Jasa Kurir 2022 PT. POS INDONESIA pada peringkat 3. Pelayanan yang ditawarkan pesaing pun beragam, dengan demikian akan menjadi ciri dan keunggulan tersendiri bagi setiap ekspedisi. Hal tersebut menuntut pihak pemilik atau pengelola ekspedisi untuk menciptakan strategi agar mampu bersaing dan lebih unggul dibanding para kompetitornya. Dalam mengantisipasi hal tersebut, perusahaan dituntut bekerja strategis dengan

menggunakan berbagai sumber daya yang dimiliki untuk dapat diterima pasar dan menjaga kepercayaan konsumen. Dengan semakin meningkatnya persaingan yang ada, perusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang tinggi berhubungan dengan loyalitas penggunaan produk atau jasa. Agar dapat melakukan perbaikan dan inovasi yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen setelah bertransaksi di PT. POS Indonesia (Persero) Gresik. Kantor Pos yang digunakan untuk penelitian adalah Kantor Pos *Processing Center* Gresik yang tugasnya untuk pemrosesan, pemeriksaan dan pengantaran kiriman yang masuk untuk wilayah Gresik dan sekitarnya. Jika sudah keluar dari Kantor Pos *Processing Center* Gresik berarti kiriman sudah selesai diperiksa dan kiriman sudah bisa diantarkan atau diambil langsung ke Kantor Pos Gresik untuk kiriman yang terkena pajak.

Penelitian ini mengidentifikasi beberapa masalah yang ada di kantor pos tersebut, perusahaan sudah berupaya semaksimal mungkin dalam memberikan pelayanannya namun masih terdapat beberapa pelanggan melakukan komplain atas ketidakpuasan pelayanan kantor pos tersebut. Disini Penulis ingin mencoba mengetahui kesesuaian antara tingkat kepentingan atribut pelayanan menurut konsumen dengan tingkat kinerja yang telah diberikan, oleh karena itu dengan menggunakan perhitungan penerapan metode IGA (*Improvement Gap Analysis*) dan metode CSI (*Customer Satisfaction Index*) sehingga akan diketahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa Kantor Pos tersebut.

Metode *Improvement Gap Analysis* (IGA) merupakan suatu analisis kuadran sederhana untuk mengarahkan upaya perbaikan yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang berhubungan dengan atribut unik dari suatu perusahaan yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan atribut dasar yang diharapkan dimiliki oleh seluruh perusahaan sejenis (Sitorus dkk, 2013). Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) diperlukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna secara menyeluruh dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk (Maiyanti, 2009).

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kepuasan pelanggan layanan Kantor Pos dengan metode *Improvement Gap Analysis*

(IGA) dan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang kemudian diharapkan penelitian ini dapat meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang diatas, dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah pelanggan sudah merasa puas terhadap kualitas pelayanan jasa pos di Kantor Pos *Processing Center* Gresik ?
2. Atribut apa saja yang perlu dilakukan perbaikan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka didapatkan tujuan sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi atribut apa saja yang perlu dilakukan perbaikan menggunakan perhitungan penerapan metode IGA (*Improvement Gap Analysis*) dan metode CSI (*Customer Satisfaction Index*) sehingga akan diketahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa di Kantor Pos *Processing Center* Gresik.
2. Menghitung tingkat kepuasan pelanggan di Kantor Pos *Processing Center* Gresik.
3. Memberikan usulan perbaikan untuk memnuhi kepuasan pelanggan di Kantor Pos *Processing Center* Gresik.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dan diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui atribut apa saja yang perlu dilakukan perbaikan menggunakan perhitungan penerapan metode IGA (*Improvement Gap Analysis*) dan metode CSI (*Customer Satisfaction Index*) sehingga akan diketahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa di Kantor Pos *Processing Center* Gresik.
2. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan di Kantor Pos *Processing Center* Gresik.
3. Memberikan usulan perbaikan untuk memnuhi kepuasan pelanggan di Kantor

Pos Processing Center Gresik.

1.5 Batasan Masalah

Pembatasan masalah ini perlu dilakukan agar dapat memfokuskan penelitian yang akan dilaksanakan yaitu sebagai berikut :

1. Kuisisioner yang digunakan merupakan kuisisioner tertutup dan akan diberikan alternatif jawaban.
2. Variabel yang diteliti meliputi lima dimensi kualitas jasa, yaitu : *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.
3. Tingkat nilai signifikansi yang digunakan sebesar 10% supaya data yang digunakan penelitian tidak terlalu besar. Semakin kecil tingkat nilai signifikansi maka akan membutuhkan data yang semakin besar.

1.6 Asumsi Penelitian

Asumsi-asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Selama melakukan penelitian tidak terjadi perubahan kebijakan dan sistem internal perusahaan.
2. Proses pelayanan tidak mengalami perubahan saat penelitian berlangsung.
3. Pada saat penelitian, proses pelayanan berjalan secara normal.
4. Responden penelitian adalah pengirim surat maupun barang di Kantor Pos *Processing Center* Gresik.

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan penelitian ini, sistematika penulisan disusun berdasarkan Bab demi Bab yang akan diuraikan sebagai berikut :

BAB 1 Pendahuluan

Memuat latar belakang dari permasalahan, perumusan masalah yang akan menjawab penelitian ini, batasan masalah peneliti, tujuan dari penelitian, manfaat dari penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2 Tinjauan Pustaka

Berisi tentang teori-teori yang berhubungan dengan penelitian dan dapat juga bahasan penelitian atau publikasi bidang sebelumnya. Kajian empiris yaitu segala

informasi yang diperoleh melalui eksperimen, penelitian, atau observasi yang pernah dilakukan sebelumnya yang ada hubungannya dengan penelitian yang dilakukan. Di samping itu juga terdapat kajian teoritis yang berisikan tentang konsep dan prinsip dasar yang diperlukan untuk memecahkan masalah penelitian, dasar-dasar teori untuk mendukung kajian yang akan dilakukan.

BAB 3 Metodologi Penelitian

Pada bab ini menjelaskan tentang tahap – tahap yang akan digunakan dalam melakukan penelitian dimulai dari identifikasi masalah sampai dengan kesimpulan dan saran terhadap objek penelitian. Metodologi ini berfungsi sebagai panduan dalam melakukan penelitian sehingga penelitian berjalan secara sistematis sesuai dengan tujuan penelitian.

BAB 4 Pengumpulan Dan Pengolahan Data

Merupakan pengumpulan dan pengolahan data serta menguraikan data hasil penelitian yang kemudian diproses lebih lanjut pada bab pembahasan masalah.

BAB 5 Analisis Dan Interpretasi Hasil

Berisi pembahasan yang membahas tentang hasil dari penelitian berupa tabel hasil pengolahan data, grafik, persamaan persamaan serta model analisis yang menyangkut penjelasan teoritis secara kualitatif, kuantitatif statistik dari hasil penelitian dan kajian untuk menjawab tujuan dari penelitian.

BAB 6 Penutup

Merupakan penutup dan kesimpulan yang berisikan tentang analisis atau pembahasan data yang telah diolah untuk hipotesis dan menjawab permasalahan serta saran yang dibuat berdasarkan pengalaman penulis yang digunakan untuk pengembangan selanjutnya.