

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pembangunan dewasa ini mengalami perkembangan pesat diberbagai bidang, demikian juga halnya dalam bidang teknologi dan komunikasi yang memegang peranan penting dalam pengaturan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.

Kemajuan teknologi tidak dapat lagi dikesampingkan. Penggunaan piranti mutakhir kini telah menjadi bagian yang tidak dapat lagi dipisahkan oleh setiap manusia dalam memenuhi kebutuhannya, termasuk juga untuk memenuhi kebutuhan komunikasi jarak jauh. Dahulu untuk berkomunikasi memerlukan waktu dan prosedur yang relatif lama, bahkan sekarang ini kegiatan perdagangan semakin banyak dilakukan dengan sistem perdagangan tidak langsung, dimana antara penjual dan pembeli tidak perlu lagi saling bertatap muka, karena adanya kecanggihan teknologi komunikasi. Setelah telepon maupun telepon seluler mempermudah setiap orang dalam melakukan komunikasi jarak jauh, kini hadirnya internet kian membuat komunikasi tidak terhalang lagi oleh bentangan jarak dan waktu, melalui internet orang bisa saling berkirin kabar

Keberadaan *e-mail* (surat elektronik) sebagai bagian dari internet ini tidak dapat lagi dipungkiri, membuat pengiriman surat konvensional mulai ditinggalkan orang. Perubahan dan perkembangan teknologi ini merupakan suatu keharusan untuk dicermati dan dianalisis oleh pihak PT Pos Indonesia sebagai penyedia jasa pengiriman surat agar memenuhi harapan masyarakat. Kedepan tantangan yang akan dihadapi PT Pos Indonesia akan semakin semakin berat. Kumpulan pengalaman selama bertahun-tahun melayani masyarakat dengan aneka macam produk pos, tidak bisa dijadikan tolak ukuran keberhasilan dimasa yang akan datang bila kualitas pelayanannya tidak ditingkatkan.

Kondisi ini tentu saja berpengaruh terhadap kinerja PT Pos Indonesia baik yang bersifat internal maupun yang bersifat eksternal terutama berkaitan dengan meningkatnya permintaan pengguna jasa pelayanan surat menyurat akan kualitas pelayanannya.

Perubahan status PT Pos Indonesia dari perusahaan umum menjadi persero membuat PT Pos memiliki kekuasaan yang jauh lebih luas dari sebelumnya. Perubahan lebih dilihat sebagai momentum untuk menjawab tantangan baru yakni berusaha menjadikan dirinya sebagai badan yang mandiri bahkan mencapai keuntungan dengan tanpa melupakan misi sosialnya sebagai pelayan masyarakat yang mengutamakan kualitas .

Perubahan yang mendasar adalah tentang penilaian kualitas pelayanan yang beberapa saat lalu ditentukan oleh organisasi itu sendiri sebagai

penyedia jasa pelayanan. Sekarang ini nilai kualitas ditentukan oleh konsumen sebagai pengguna jasa.

Penilaian kualitas untuk setiap orang berbeda-beda ukurannya. Ukuran yang berbeda itulah membawa konsekuensi luas dalam proses pelayanan, mulai dari saat konsumen itu datang ke loket hingga proses pelayanan berakhir. Oleh karena itu PT Pos Indonesia harus dapat menciptakan suatu keadaan agar semua konsumen pengguna jasa PT Pos Indonesia merasa puas terhadap kualitas yang diberikan. PT Pos Indonesia, menyadari bahwa kepuasan konsumen tidak bersifat statis karena keinginan dan tuntutan masyarakat berkembang dinamis. Tantangan terberat yang harus dihadapi PT Posindo adalah persaingan dengan perusahaan swasta penyedia jasa pos seperti TIKI, DHL, UPS, TNT menyebabkan persaingan usaha ini semakin ketat. Para perusahaan swasta bersaing dalam memberikan pelayanan yang berkualitas untuk mencapai kepuasan konsumen. Mereka memaksimalkan kualitas pelayanannya terhadap konsumen sehingga sebagian orang lebih memilih perusahaan swasta dalam melakukan kegiatan pos, walaupun dengan biaya yang relatif mahal. Keunggulan yang dimiliki PT Posindo sebagai perusahaan jasa tertua yang bergerak dalam bidang pos dan satu-satunya milik pemerintah adalah mampu memberikan harga yang relatif lebih terjangkau untuk semua kalangan konsumen, oleh karena itu dengan harga tersebut PT Pos Indonesia harus mampu memberikan pelayanan prima agar konsumen merasa terpuaskan.

Pada dasarnya pengertian kepuasan / ketidakpuasan konsumen merupakan perbedaan antara harapan konsumen dengan kinerja yang dirasakan. Jadi pengertian kepuasan konsumen berarti bahwa kinerja sesuatu sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan. Misalnya seorang konsumen mengharapkan kecepatan dan keramahan petugas pos dan ternyata petugas dapat memenuhi harapannya dengan sangat baik. Maka dapat dikatakan bahwa konsumen akan memperoleh kepuasan. Apabila harapan berbeda dengan apa yang dirasakan terhadap kinerja petugas, kepuasan konsumen tidak akan tercapai bahkan akan terjadi kekecewaan. Bila kinerja melebihi apa yang diharapkan, kepuasan meningkat sejalan dengan pengalaman konsumen.

Berangkat dari latar belakang diatas, maka peneliti hendak melakukan penelitian terhadap kualitas pelayanan dihubungkan dengan kepuasan konsumen. Adapun judul lengkap dari penelitian ini adalah

"Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan pada PT Pos Indonesia Cabang Kebumen".

1.2 Rumusan Masalah

1. Sejauh mana tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan PT Pos Indonesia Cabang Kebumen dilihat dari atribut - atribut variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empaty* dan *tangibel* ?

2. Sejauh mana selisih antara tingkat kinerja dengan tingkat kepentingan dari atribut – atribut variabel *reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibel* ?

1.3 Batasan Masalah

1. Responden yang diteliti adalah konsumen yang pernah /sedang menggunakan jasa pelayanan PT Pos Indonesia cabang Kebumen, khususnya pengguna jasa surat menyurat dan pengiriman paket.
2. Obyek yang diteliti adalah PT Pos Indonesia Cabang Kebumen.
3. Variabel yang hendak diteliti adalah:
 1. Kualitas Pelayanan menurut Collier (1987) adalah pelayanan terbaik pada pelanggan (*excellent*) dan tingkat kualitas pelayanan merupakan cara terbaik yang konsisten untuk dapat mempertemukan harapan konsumen (standar pelayanan eksternal dan biaya) dan sistem kerja cara pelayanan (standar pelayanan internal, biaya dan keuntungan).
 - a. Kehandalan (*reliability*) : kemampuan memberikan pelayanan yang secara akurat sesuai dengan yang dijanjikan
 Variabel ini meliputi :
 - 1) Pelayanan dimulai ketika konsumen datang
 - 2) Petugas menyelesaikan transaksi / pekerjaan dengan cepat.
 - 3) Pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan.

- 4) Petugas jarang membuat kesalahan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.
 - 5) Kemudahan dalam melakukan transaksi / kegiatan perpoasan.
- b. Daya Tangkap (*respsorsiveness*) : kemampuan para staf untuk membantu konsumen menyediakan jasa dengan cepat sesuai dengan yang diinginkan konsumen.

Variabel ini meliputi :

- 1) Konsumen tidak memerlukan waktu yang lama untuk memperoleh pelayanan.
 - 2) Kemampuan petugas cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul.
 - 3) Kemampuan petugas cepat tanggap terhadap keluhan yang disampaikan konsumen.
 - 4) Petugas mampu memberikan pelayanan yang diinginkan konsumen.
 - 5) Petugas selalu siap memberikan bantuan kepada konsumen yang mengalami masalah.
- c. Jaminan (*assurance*) : mencakup kemampuan dan kesopanan karyawan serta sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki karyawan.

Variabel ini meliputi :

- 1) Konsumen merasa aman menggunakan jasa pos untuk melakukan pengiriman surat atau paket.
 - 2) PT Pos mampu memberikan jaminan atas pelayanan yang diberikan.
 - 3) PT Pos bertanggungjawab atas pelayanan yang diberikan.
 - 4) Petugas mampu menjawab setiap pertanyaan konsumen dengan jelas dan meyakinkan.
 - 5) Ketepatan waktu dalam pengiriman surat dan paket.
- d. Empati (*emputy*) : kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan perhatian yang tulus terhadap kebutuhan pelanggan.
- 1) PT Pos selalu memberikan informasi terbaru tentang produk dan layanannya secara luas kepada masyarakat.
 - 2) Petugas memberikan perhatian khusus kepada setiap konsumen.
 - 3) Petugas selalu mendengarkan baik – baik ketika konsumen meminta pelayanan dan menyampaikan keluhan.
 - 4) Pelayanan diberikan kepada semua konsumen tanpa memandang status sosialnya dan lain – lain.
 - 5) Petugas selalu berkata sopan dan ramah.

- e. Fasilitas Fisik (*tangibel*) : fasilitas fisik, perlengkapan, personel, dan komunikasi.

Variabel ini meliputi :

- 1) Kebersihan, kerapian, dan kenyamanan ruangan.
 - 2) Petugas yang selalu berpakaian bersih dan rapi
 - 3) Ruang tunggu antrian yang nyaman.
 - 4) Tempat parkir yang luas dan aman.
 - 5) Kotak surat yang tersebar diberbagai tempat.
2. Kepuasan menurut Philip Kotler (1997, 40) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dengan apa yang diharapkan.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Kebumen yang dilihat dari atribut - atribut variabel *reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tangibel*
2. Mengetahui selisih antara tingkat kinerja dan tingkat kepentingan atribut - atribut variabel *reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibel*.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Kebumen dalam membuat kebijaksanaan dan strategi pemasaran yang tepat dan bijaksana disamping sebagai bahan pertimbangan untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan konsumen benar-benar terpenuhi

2. Bagi Penulis

Sebagai saran untuk menerapkan ilmu yang selama ini diperoleh dibangku kuliah dan sebagai ajang untuk mengupas daya analisis penulis dalam meneliti sebuah permasalahan.

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan juga bermanfaat bagi dunia ilmu pengetahuan sebagai bahan referensi tambahan dalam menganalisa hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang disajikan.