# BAB 1

# PENDAHULUAN

## 1.1 LATAR BELAKANG PENELITIAN

PT. Pos Indonesia ( persero ) Cianjur adalah Badan Usaha Milik Negara ( BUMN ) yang berada dilingkungan departemen pariwisata Pos dan Telekomunikasi yang dipimpin oleh suatu direksi yang bertanggung jawab pada Menteri Pariwisata Pos dan Telekomunikasi.

Dalam kaitan inilah, PT Pos Indonesia (Persero) sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang mengemban misi layanan jasa pos di Indonesia, saat ini tengah dihadapkan kepada berbagai perubahan lingkungan usaha, sebagai akibat yang muncul dan dipengaruhi oleh berbagai faktor di atas. Dari sisi perkembangan yang terjadi pada ekonomi global yang menurunkan liberalisasi perdagangan, kini masyarakat dunia menuntut adanya kebebasan berusaha antar negara, termasuk di bidang layanan pos, sehingga penyelenggara pos nasional harus mulai bersaing, baik di pasar nasional, regional maupun internasional. Sementara itu, meningkatnya deregulasi usaha di dalam negeri memicu pula kompetisi antar penyelenggara jasa pos.

Dalam desakan modernisasi dan globalisasi ini agar tetap dapat survive dan berkembang, maka mau tidak mau setiap perusahaan perlu melakukan pengembangan dan penerapan teknologi. Di samping itu juga setiap perusahaan perlu melakukan perbaikan-perbaikan secara terus-menerus (continous improvement) yang melibatkan aspek manusia dan teknologi secara seimbang.

Kaizen adalah salah satu istilah dalam bahasa Jepang yang dapat diartikan sebagai perbaikan terus-menerus (continous improvement), Vincent Gaspersz (1998:100).

PT. Pos Indonesia ( persero ) Cianjur bergerak dibidang pelayanan lalu-lintas berita, info tertulis, barang dan uang dalam melakukan tugas ini PT. Pos Indonesia ( persero ) Cianjur terbagi atas beberapa sub direktorat yang salah satunya adalah direktorat sumber daya manusia.. Di era globalisasi PT. pos Indonesia mulai bersaing dengan perusahaan jasa lainnya, oleh karena itu persaingan secara umum menyangkut dua hal yang pertama persaingan yang meliputi fasilitas, kenyaman, pelayanan dan lokasi. Kedua persaingan daya minat pelanggan yang ingin mengirimkan paket ke PT. Pos atau keperusahaan jasa lain yang tarifnya lebih mahal dibandingkan dengan mengirimkan ke PT. Pos lebih murah tarifnya.

Direktorat sumber daya manusia sangat berperan penting didalam pencapaian tujuan perusahaan, tetapi penulis melihat suatu kendala didalam pelayanan pengiriman paket pos yang sering tidak tepat dengan permintaan pelanggan.

PT. Pos Indonesia (persero) Cianjur tidak mempunyai kendala dalam pengiriman paket dikarenakan konsumen sangat puas pelayanannya sehingga konsumen memilih untuk mengirimkan paket via kantor Pos Indonesia (persero) Cianjur dan harga tariff pengiriman sangat terjangkau.

Tingginya tingkat persaingan antara perusahaan jasa lainnya yag kini mulai bermunculan yang ada di jawa barat dan sekitarnya seperti Tiki, Exl Express, Cipaganti dll. dengan berkembangnya perusahaan jasa baru PT. Pos tetap banyak

pelanggan yang berdatangan. Oleh karena itu persaingan yang semakin ketat, dimana semakin banyak jasa-jasa yang ingin terlibat dalam kebutuhan keinginan pelanggan untuk pengiriman paket. Hal ini tercirmin dari semakin di yakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan melalui kepuasan melalui pelayanan, tarif yang lebih murah dan jasa berkulitas dengan harga bersaing.

Maka upaya setiap perusahaan untuk menciptakan kepuasaan pelanggan adalah penting artinya bagi perusahaan jasa persaingan tersebut adalah satu cara yang dapat dilakukan dengan menciptakan loyalitas agar pelanggan setia setiap pengiriman lawat jasa Pos Indonesia selalu dan tidak pendah ke perusahaan jasa lain. Dengan menciptakan loyalitas maka perusahaan dapat menghemat biaya pemasaran.

Kualitas pelayanan yang baik merupakan satu hal yang sangat penting untuk meraih pasar. Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya (Fandy Tjipto, 1998: 147).

"Jasa ialah setiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip tidak berwujud dan menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksinya bisa dan bisa juga tidak terikat pada suatu produk." Kotler (2000:428)

"Jasa pada dasarnya adalah seluruh aktivitas ekonomi dengan output selain produk dalam pengertian fisik, dikonsumsi dan diproduksi pada saat bersamaan,

memberikan nilai tambah dan secara prinsip tidak berwujud (intangible) bagi pembeli pertamanya.” Zeithaml dan Bitner dalam Hurriyati (2005:28)

Berdasarkan survey awal kepada responden pelanggan pengiriman paket yaitu sebanyak 652 responden yang di data. Serta responden pelanggan jasa pos mengatakan sering mengirim dalam 1 bulan sampai 6 kali mengirimkan paket ke luar kota dengan tujuan bogor, yang. Menurut responden pelayanan di PT. Pos sangat bagus pelayanannya cepat.

Loyalitas adalah tingkat kesetiaan seseorang terhadap suatu obyek/produk, dimana pelanggan mempunyai sikap positif, komitmen dan bermaksud meneruskan produk tersebut dimasa mendatang (**Mardalis, 2005**).

Loyalitas menunjukkan kecenderungan pelanggan untuk menggunakan suatu produk barang/jasa dengan tingkat konsistensi yang tinggi, dimana suatu produk merupakan respon perilaku/pembelian yang bersifat bias dan terungkap secara terus menerus oleh pengambil keputusan dengan memperhatikan satu atau lebih alternative dari sejumlah alternatif dan merupakan fungsi proses psikologis. Hal ini berarti loyalitas berkaitan dengan preferensi pelanggan dan pembelian aktual berbeda dengan perilaku beli ulang, loyalitas pelanggan menyertakan aspek perasaan dan kepemilikan didalamnya (**Dharmayanti, 2006**).

Pelanggan yang loyal adalah mereka yang sangat puas dengan produk atau jasa tertentu sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang mereka kenal, Demikian sehingga loyalitas adalah kesetiaan pengguna jasa setelah mengalami suatu pelayanan yang dinyatakan dalam

perilaku untuk menggunakan jasa tersebut dan mencerminkan adanya ikatan jangka panjang antara suatu produk jasa dan pengguna.

Beberapa studi mengemukakan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan (**Tjiptono, 2000**) dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan pada akhirnya mepengaruhi loyalitas (**Zeithaml et al, 2009**; **Chen, 2008**).

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian tentang pengaruh pelanggan pengiriman Paket terhahadap Loyalitas yang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengiriman surat/ dokumen penting lainnya, penulis akan mencoba membahas mengenai jasa pelayanan yang diterapkan di perusahaan dengan judul :

**"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA PENGIRIMAN PAKET TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT. POS INDONESIA CIANJUR".**

## 1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

### 1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan Fenomena di atas dimana PT. Pos Indonesia Cianjur sebenarnya tidak mempunyai kendala dalam pengiriman paket dikarenakan konsumen sangat puas pelayanannya sehingga konsumen memilih untuk mengirimkan paket via kantor Pos Indonesia (persero) Cianjur yang harga tarif pengiriman relative sangat terjangkau di badingkan jasa pengiriman paket lainnya.

### 1.1.2 Rumusan masalah

1. Bagaimana tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan PT. Pos Indonesia Cianjur
2. Bagaimana loyalitas pelanggan pada PT. Pos Indonesia Cianjur
3. Seberapa besar Pengaruh Kualitas Pelayanan pengiriman paket Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Pos Indonesia Cianjur

## 1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

### 1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud diadakannya penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan guna diolah, dianalisis, dan diinterpretasikan, tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Pengiriman Paket terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Pos Indonesia Cianjur.

### 1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap *Kualitas Pelayanan Pengiriman Paket* yang dilaksanakan PT. Pos Indonesia Cianjur.
2. Untuk Mengetahui loyalitas Pelanggan pada PT. Pos Indonesia Cianjur.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Kualitas Pelayanan Pengiriman Paket* terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Pos Indonesia Cianjur.

## 1.4. KEGUNAAN PENELITIAN

### 1.4.1 Kegunaan Praktis

- Bagi Perusahaan

  Penulisan ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi dan masukan mengenai Kualitas Pelayanan sehingga pelanggan menjadi loyal kepada perusahaan.

- Lain-lain

  Diharapkan dapat memberikan masukan dan informasi tambahan bagi pihak-pihak terkait dan bagi perusahaan-perusahaan lain yang bergerak pada bagian usaha yang sama khususnya.

- Kegunaan bagi mahasiswa

  Penulis dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa dalam menambah wawasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan pengiriman paket terhadap loyalitas pelanggan.

### 1.4.2 Kegunaan Akademis

- Pengembangan Ilmu Manajemen

  Pengembangan Ilmu Manajemen Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam memberikan sumbangan informasi ilmu yang dapat memberikan kontribusi dalam memajukan pengembangan ilmu pengetahuan khususnya mengenai manajemen pemasaran.

- Bagi Penulis

  Penilitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis khususnya mengenai kualitas pelayanan pengiriman paket terhadap loyalitas pelanggan. pada PT. Pos Indonesia Cianjur.

- Bagi Peneliti lain

  Peneliti ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi penulis lainnya khususnya yang ingin mengetahui lebih jauh mengenai kualitas pelayanan yang ada diperusahaan.

## 1.5. Lokasi dan Jadwal Penelitian

### 1.5.1 Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan, penulis melakukan penelitian pada PT. Pos Indonesia (persero) Cianjur, yang beralamat di Jalan Jenab No. 39 Cianjur 4321.

### 1.5.2 Waktu Penelitian

**Waktu Pelaksanaan Kegiatan Penelitian**

**Tabel 1,1**

| No | Kegiatan | Oktober | | | | November | | | | Desember | | | | Januari | | | | Februari | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Usulan Penelitian | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Pelaksanaan Penelitian | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Pengumpulan Data | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Pengolahan dan Analisis data | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | Penyusunan Laporan Sidang | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |