BAB 1

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi persaingan bisnis jasa sangatlah ketat, untuk bertahan didalam lingkungan ekonomi terutama bidang jasa, perusahaan harus membuat strategi-strategi agar dapat bertahan dan bersaing dengan competitor. Perusahaan harus secara terus-menerus menginovasi proses bisnis mereka dalam rangka untuk bertahan dalam suatu bisnis yang kompetitif. Proses bisnis yang baru idealnya berisi suatu nilai baru untuk para pelanggannya. Proses implementasi yang sukses akan menggambarkan kembali faktor kunci sukses didalam bisnis yang dapat menempatkan perusahaan di garis depan kompetisi.

Sektor jasa dewasa ini telah telah mengalami peningkatan yang dramatis dibandingkan dengan decade sebelumnya. Hal ini terlihat dari kontribusi sector ini terhadap perekonomian dunia yang kini telah mendominasi dua pertiganya. Di eropa misalnya sector jasa telah memberikan kontribusinya sebanyak 60% PDB, sementara di Indonesia telah hampir mencapai tiga puluh persen. (Rambat Lupioyadi, 2008:1).

Dinamika yang tejadi pada sektor jasa terlihat dari perkembangan berbagai jenis jasa seperti jasa perbankan, jasa asuransi, jasa penerbangan, jasa telekomunikasi, jasa retail, jasa pariwisata, dan jasa pengiriman. Jasa pengiriman ada banyak yakni ada yang berbentuk Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan

ada juga yang berbentuk swasta yang kini makin menyadari perlunya elemen jasa pada produknya sebagai upaya peningkatan *competitive advantage* bisnisnya.

Salah satu perusahaan jasa pengiriman adalah PT. Pos Indonesia (persero), dimana perusahaan ini telah lama berdiri dan berkembang pesat di kota-kota seluruh Indonesia. PT. Pos Indonesia (persero) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN). 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 pengiriman.

Tingginya tingkat persaingan antara perusahaan jasa pengiriman lainnya yag kini mulai bermunculan seperti Tiki, Exl Express, JNE, dll. dengan berkembangnya perusahaan jasa pengiriman baru PT. Pos Indonesia (persero) telah di hadapkan persaingan yang ketat. Oleh karena itu persaingan yang semakin ketat, dimana semakin banyak jasa-jasa pengiriman yang ingin terlibat dalam kebutuhan keinginan pelanggan untuk pengiriman paket. Hal ini tercermin dari semakin di yakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan melalui pelayanan dan kepercayaan, dengan tarif

yang lebih murah dan jasa berkulitas dengan harga bersaing untuk menciptakan loyalitas pelanggan.

PT. Pos Indonesia (persero) membagi ketahanan tersebar di seluruh kota-kota di Indonesia baik kota beasar maupun kota kecil, salah satunya PT. Pos Indonesia (persero) di kota Cianjur. PT. pos Indonesia (persero) di Cianjur juga perlu bersaing dengan perusahaan jasa pengiriman lainnya, oleh karena itu persaingan secara umum menyangkut dua hal yang pertama persaingan yang meliputi fasilitas, kenyaman, pelayanan, kepercayaan dan lokasi. Kedua persaingan daya minat pelanggan yang ingin mengirimkan paket ke PT. Pos Indonesia (persero) di Cianjur atau keperusahaan jasa lain yang tarifnya lebih mahal dibandingkan dengan mengirimkan ke PT. Pos Indonesia (persero) di Cianjur lebih murah tarifnya.

Kondisi seperti ini orang tidak selalu menggunakan jasa PT. Pos Indonesia (persero) di Cianjur, mungkin dia selalu menggunakan pada perusahaan jasa pengiriman lainnya. Untuk itulah setiap perusahaan jasa berusaha memberikan kualitas pelayanan yang berbeda satu sama lain. Hal ini dimaksudkan agar mereka dapat membangun kepercayaan dimata pelanggan sehingga akan menciptakan kepuasan pelanggan sehingga pelanggan akan menjadi loyal pada perusahaan jasa pengiriman tersebut.

Menurut jurnal Hatane Samuel dan Nadya Wijaya (2009:13) bahwa kualitas layanan dapat berpengaruh kepada kepuasan konsumen dan kemudian berdampak terhadap kepercayaan, dan juga kepuasan konsumen dapat menimbulkan loyalitas konsumen.

Loyalitas pelanggan di PT. Pos Indonesia (persero) di Cianjur masih kurang berdasarkan survey awal yang di ambil dari 30 konsumen di temukan bahwa sebanyak 40% selalu memakai jasa pengiriman melalui PT. Pos Indonesia (persero) di Cianjur, sebanyak 60% tidak selalu memakai jasa pengiriman paket melalui PT. Pos Indonesia (persero) di Cianjur, mungkin konsumen memakai perusahaan jasa pengiriman yang lainnya. Sedangkan kualitas pelayanan yang dapat dilihat dari 30 konsumen ditemukan bahwa sebanyak 25% konsumen merasa kualitas pelayanan yang diberikan baik, sekitar 40% konsumen merasa kualitas pelayaan yang di berikan cukup baik, dan sebanyak 35% konsumen bahwa kualitas pelayanan yang diberikan kurang. Hal ini cukup beralasan karena berdasarkan survey awal kualitas pelayanan tersebut konsumen menyatakan kondisi kantor PT. Pos Indonesia (persero) di Cianjur terlihat kurang menjaga kebersihannya, bahkan ada juga yang mengatakan kurangnya keramahan dalam melayani sehingga kurangnya kenyamanan mengirimkan paket, hal inilah yang membuat masih kurangnya pelayanan yang diberikan. Sedangkan kepercayaan pelanggan yang dapat dilihat dari 30 kosumen ditemukan bahwa sebanyak 20% konsumen merasa bahwa kepercayaan yang di berikan kurang, sebanyak 50% konsumen merasa bahwa kepercayaan yang diberikan baik, dan sebanyak 30% konsumen merasa bahwa kepercayaan yang di berikan cukup baik. Hal ini kepercayaan PT. Pos Indonesia (persero) di Cianjur sedang-sedang saja, dapat dilihat dari survey bahwa kepercayaan PT. Pos Indonesia (persero) di Cianjur mulai turun reputasinya karena pelanggan ada yang bilang ketepatan waktu yang diinginkan konsumen tidak melampaui apa yang di harapkan oleh konsumen.

Menurut Farida Jasfar (2009:48) Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi konsumen. Hal ini berarti bahwa kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi konsumen. Persepsi konsumen terhadap kualitas jasa (*consumer perceived service quality*) merupakan penilaian menyeluruh atas kinerja suatu jasa dari sudut pandang konsumen. Arti pentingnya kepercayaan bagi perusahaan karena sebuah perusahaan tidak dapat membangun hubungan yang sebenarnya tanpa adanya kepercayaan. Kepercayaan adalah hal yang sangat penting, khususnya bagi perusahaan-perusahaan penyedia jasa, karena mereka menjanjikan konsumennya atas pembelian produk yang tidak dapat dilihat (*invisible product*), di mana konsumen membayar sebelum merasakannya. Menurut Fandy Tjiptono (2005:387) mempunyai pelanggan yang loyal merupakan tujuan dari perusahaan untuk mampu bertahan dalam persaingan, yang mana pelanggan yang loyal merupakan asset dari perusahaan.

Berdasarkan survey awal tersebut mengatakan bahwa mayoritas responden merasa percaya terhadap PT. Pos Indonesia (Persero) di Cianjur, karena PT. Pos Indonesia (persero) di Cianjur cukup banyak tersebar dimana-mana, meskipun pada PT. Pos Indonesia (persero) di Cianjur ini adanya indikasi kinerja kualitas pelayanan yang kurang, dan kurangnya pelanggan yang loyal terhadap PT. Pos Indonesia (persero) di Cianjur.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian tentang pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan pada 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 DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA JASA PENGIRIMAN PAKET PT. POS INDONESIA (PERSERO) DI CIANJUR"

1.2. Identifikasi Masalah Dan Rumusan masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dengan uraian latar belakang di atas, maka penulis mencoba mengidentifikasi masalah yang akan di bahas dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:

Bisnis jasa era persaingan kompetitif, dalam menjembatani setiap kegiatan pelanggan tidak hanya mampu memfasilitasi akan tetapi factor yang paling penting adalah bagaimana memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya, dengan memperhatikan budaya jasa yang berfokus pada pelanggan. Sentuhan pada dimensi bauran pemasaran, keunggulan posisi, kepuasan, dan kepercayaan, pelayanan yang diberikan akan memberikan tambahan manfaat secara positif bagi pelanggan suatu perusahaan itu sendiri, sehinnga pelanggan merasa puas dan akan menciptakan loyalitas pelanggan terhadap PT. Pos Indonesia (persero) di Cianjur.

Tingginya tingkat persaingan antara perusahaan jasa pengiriman lainnya yang kini mulai bermunculan yang ada di Cianjur seperti Tiki, Exl Express, JNE, dll. Dengan berkembangnya perusahaan-perusahaan jasa pengiriman paket baru di Cianjur, maka PT. Pos Indonesia (persero) di Cianjur akan mendapatkan

persaingan dari perusahaan-perusahaan jasa pengiriman paket di Cianjur. Oleh karena itu persaingan yang semakin ketat, dimana semakin banyak jasa-jasa yang ingin terlibat dalam kebutuhan keinginan pelanggan untuk pengiriman paket.

Berdasarkan survey awal tersebut mengatakan bahwa mayoritas responden merasa percaya terhadap PT. Pos Indonesia (Persero) di Cianjur, karena PT. Pos Indonesia (persero) cukup banyak tersebar dimana-mana, meskipun pada PT. Pos Indonesia (persero) di Cianjur ini adanya indikasi kinerja kualitas pelayanan yang kurang.

1.2.2 Rumusan masalah

1. Bagaimana tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan PT. Pos Indonesia (persero) di Cianjur
2. Bagaimana tanggapan responden terhadap kepercayaan PT. Pos Indonesia (persero) di Cianjur
3. Bagaimana loyalitas pelanggan pada PT. Pos Indonesia (persero) di Cianjur
4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pengiriman paket pada PT. Pos Indonesia (persero) di Cianjur baik secara simultan maupun parsial.

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 Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Paket PT. Pos Indonesia (persero) di Cianjur.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan pengiriman paket yang dilaksanakan PT. Pos Indonesia (persero) di Cianjur.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap kepercayaan pengiriman paket yang dilaksanakan PT. Pos Indonesia (persero) di Cianjur.
3. Untuk Mengetahui loyalitas pelanggan pada PT. Pos Indonesia (persero) di Cianjur.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pengiriman paket PT. Pos Indonesia (persero) di Cianjur.

1.4. KEGUNAAN PENELITIAN

1.4.1. Kegunaan Praktis

- Bagi Perusahaan

  Penulisan ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi dan masukan mengenai kualitas pelayanan dan kepercayaan 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 dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pengiriman paket.

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 dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pengiriman paket PT. Pos Indonesia (pesero) di 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 dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan yang ada diperusahaan.

1.5. Lokasi dan Waktu 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

Tabel 1.1

Waktu Pelaksanaan Kegiatan Penelitian

No	Kegiatan	April				Mei				Juni				Juli			
		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																