

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia, kondisi sosio ekonomi masyarakat juga mengalami perubahan terutama tentang sistem nilai yang dianut dan cara pandang masyarakat. Masyarakat lebih menuntut pelayanan yang lebih baik dan sesuai dengan kebutuhannya, sehingga mereka lebih teliti dan kritis dalam memilih segala sesuatu yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhannya.

Perubahan kondisi tersebut menyebabkan semakin ketatnya persaingan di segala bidang. Persaingan yang semakin ketat tidak dapat dihindari oleh setiap perusahaan yang ingin mengembangkan usahanya. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan pesaing. Dengan demikian, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar. Atmawati dan Wahyuddin (2007).

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Atmawati dan Wahyuddin (2007). Dalam Gustin (2012:15)

Pelayanan umum (*public service*) memang sarat dengan berbagai masalah, apalagi jangkauannya sendiri sangat luas meliputi sektor profit maupun non-profit. Sedemikian luas jangkauannya sehingga tidak mudah mendeskripsikan persepsi masyarakat terhadap pelayanan umum. Adanya perbedaan persepsi itu memang wajar sebagai konsekuensi sudut pandang yang berbeda-beda, namun bukannya tidak dapat dipertemukan. Persepsi itu sendiri, sebenarnya tidak lain pemahaman atau pengertian seseorang terhadap sesuatu hal.

Luasnya jangkauan pelayanan umum menunjukkan betapa tidak mudahnya memberikan gambaran persepsi yang utuh terhadap pelayanan umum. Persepsi yang disampaikan masyarakat bisa baik, cukup, atau buruk, namun untuk menentukan persepsi demikian, diperlukan kriteria-kriteria tertentu sesuai dengan karakteristik jasa/pelayanan yang bersangkutan serta produk hukum/perundang-undangan yang mengaturnya. Oleh karena itu, bagian ini melihat permasalahan pelayanan umum ini dari sudut masyarakat, khususnya konsumen yang memperoleh dan menggunakan pelayanan umum yang tersedia dengan nilai tukar yang diberikannya dalam bentuk tarif atau biaya. Uraianya tidak mungkin menjangkau berbagai sektor pelayanan umum yang tersedia. Pekerjaan berat ini menjadi tanggung jawab bersama, sebab menyangkut citra negara dan bangsa pada skala nasional dan internasional

Perkembangan dunia dewasa ini ditandai dengan arus globalisasi di segala bidang yang membawa dampak cukup besar bagi perkembangan perekonomian Indonesia. Tingkat perkembangan ekonomi dunia dewasa ini ditandai dengan globalisasi di segala bidang yang diiringi pula oleh tingginya tingkat mobilitas penduduk, lalu lintas uang dan barang dalam arus perdagangan serta semakin

pesatnya pertarungan bisnis. Di sisi lain beban tugas pemerintah semakin berat karena semakin tingginya tuntutan peningkatan kesejahteraan rakyat.

Salah satu kebutuhan hidup yang tak kalah penting di era globalisasi ini adalah kebutuhan akan jasa pengiriman barang. Banyaknya penduduk yang saling mengirim barang dari tempat yang jauh membuat jasa ini menjadi sangat penting. Berdasarkan kenyataan tersebut banyak bermunculan jasa pengiriman barang swasta, sedangkan jasa pengiriman pemerintah dari dahulu sampai sekarang hanya satu, yaitu PT. Pos Indonesia (Persero).

Pos merupakan organisasi yang besar dalam pelayanan lalu lintas berita, uang dan barang. Pos mulai beroperasi ribuan tahun yang lalu dan sekarang pos merupakan jaringan yang vital di setiap negara. Sepanjang sejarah manusia, pelayanan pos merupakan salah satu jenis pelayanan komunikasi yang paling tua. Pada dasarnya keberadaan PT. Pos Indonesia (Persero) merupakan bagian integral dari pembangunan nasional, yaitu mempercepat pembangunan melalui pembangunan jaringan komunikasi antar daerah. Oleh karena itu pos merupakan sarana komunikasi dan informasi yang mempunyai peran penting dan strategis dalam mendukung pelaksanaan pembangunan, mendukung persatuan dan kesatuan, mencerdaskan kehidupan bangsa, mendukung kegiatan ekonomi, serta meningkatkan hubungan antarbangsa.

PT. Pos Indonesia (Persero) melayani komunikasi bagi semua penduduk di seluruh wilayah nusantara dengan luas wilayah sekitar 5.000.000 km yang terdiri dari 17.508 pulau dengan luas daratan kurang lebih 2.000.000 km yang menjangkau kurang lebih 35.000 titik antar. Sarana komunikasi pos yang digunakan, pembangunannya relatif mudah, murah dan dalam waktu singkat

dibandingkan keberhasilannya dalam memberikan pelayanan dalam masyarakat, memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa dan hubungan antara bangsa. Selain itu pelayanan yang diberikan PT. Pos Indonesia (Persero) mampu memperkuat persatuan dan kesatuan bangsa serta mempererat hubungan antar bangsa. (Dalam Shofie 2003:179).

Dalam mengatasi beralihnya konsumen pada perusahaan jasa pengiriman barang lainnya, maka PT. Pos Indonesia Cabang Gorontalo harus memiliki strategi dalam pemberian pelayanan, sehingga dapat memberikan perubahan untuk peningkatan pelayanan sehingga pelanggan akan berminat lagi untuk menggunakan jasa pengiriman melalui PT. Pos Indonesia.

Strategi pelayanan yang harus dilakukan oleh pihak PT. Pos Indonesia Cabang Gorontalo yaitu strategi dari segi internal maupun eksternal lingkungan perusahaan, baik berupa hubungan karyawan dengan para konsumen dan hubungan kerja sama dengan beberapa perusahaan swasta lainnya.

Tabel 1.1

**Data Pengunjung Kantor Pos Gorontalo Tiga Tahun Terakhir
2014-2016**

Tahun	Jumlah Pengunjung
2014	6340
2015	6023
2016	5072

Sumber : Kantor Pos Gorontalo

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah pelanggan yang datang ke Kantor Pos Kota Gorontalo mengalami penurunan dari tahun 2014-2016. Hal

ini juga berarti bahwa ada penurunan penggunaan jasa kantor pos gorontalo, dapat dilihat bahwa pada tahun 2014 sejumlah 6340 pelanggan, tahun berikutnya sejumlah 2015 pelanggan dan pada tahun 2016 sejumlah 5072 pelanggan. Berikut data mengenai keluhan pelanggan Kantor Pos Kota Gorontalo :

Tabel 1.2
Data Keluhan Pelanggan Kantor Pos Gorontalo
2014-2016

Tahun	Jenis keluhan			
	Konfirmasi	Hilang	Terlambat	Rusak
2014	1585	8	13	7
2015	1902	10	15	9
2016	2219	14	19	11

Sumber data : Kantor Pos Gorontalo

Dari tabel 1.2 dijelaskan bahwa adanya peningkatan jumlah keluhan pelanggan dari tahun ke tahun baik yang hilang, terlambat, dan rusak. Dimana pada tahun 2016 memiliki jumlah keluhan terbanyak daripada tahun-tahun sebelumnya.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul **“Persepsi Karyawan Pada Pelayanan PT. Pos Indonesia (Studi deskriptif pada PT. Pos Indonesia Cabang Gorontalo)”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat di peroleh Identifikasi masalah yaitu:

1. Adanya persaingan dalam jasa pengiriman barang.
2. Adanya pengaruh pelayanan dari segi internal dan eksternal dalam jasa pengiriman barang oleh PT. Pos Indonesia Cabang Gorontalo.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka permasalahan yang akan di kaji dalam penelitian ini adalah Bagaimana persepsi karyawan pada pelayanan PT. Pos indonesia ?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui persepsi karyawan pada pelayanan PT. Pos indonesia

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Bagi peneliti

Penelitian ini sebagai pemenuh syarat dalam menyelesaikan pendidikan Sarjana Ilmu Komunikasi (S1), dan diharapkan agar peneliti dapat mengetahui lebih mendalam mengenai strategi pelayanan kepada para karyawan sehingga dapat diterapkan dimasa yang akan datang.

2. Manfaat Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan perusahaan PT. Pos Indonesia Cabang Gorontalo dapat mengetahui strategi pelayanan demi tercapainya kepuasan dan tercapainya tujuan perusahaan.

3. Manfaat Bagi Universitas

Diharapkan dapat menambah bahan referensi dan masukan bagi teman-teman Mahasiswa-Mahasiswi lainnya yang membutuhkan.