

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini bisnis jasa layanan pengiriman telah mengalami perkembangan pesat dan menjadi perhatian dikalangan masyarakat Indonesia. Pada saat ini persaingan perusahaan layanan jasa pengiriman semakin ketat yang ditandai dengan perusahaan-perusahaan baru yang bermunculan sehingga mendorong para pebisnis terus berusaha untuk menciptakan strategi yang tepat agar dapat bersaing dan bertahan dengan kompetitor lainnya. Dimana persaingan antar perusahaan dapat diartikan sebagai usaha dalam mempertahankan para konsumen ataupun pelanggan agar tidak pindah keperusahaan lain.

Banyaknya perusahaan jasa pengiriman membuat para pelaku usaha dalam bidang ini berlomba-lomba untuk memperbaiki kinerja dengan berorientasi kepada pelanggan. Pelanggan adalah aset berharga yang dimiliki perusahaan, sehingga perusahaan dituntut untuk berinovasi agar pelanggan tidak beralih keperusahaan sejenis lainnya. Perusahaan yang mampu memenuhi harapan pelanggan maka sulit bagi para pesaing untuk menyaingi perusahaan tersebut di dalam merebut hati pelanggan. Untuk mewujudkan hal tersebut perusahaan harus bisa memberikan kepuasan yang tinggi pada pelanggannya. Terpenuhinya kebutuhan pelanggan akan sangat menentukan kepuasan pelanggan. Jika kepuasan pelanggan dipenuhi maka akan menciptakan sikap loyalitas dalam diri pelanggan dalam menggunakan produk atau layanan jasa yang diberikan suatu perusahaan. Maka perusahaan harus memperbaiki kinerja dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Mencapai kepuasan pelanggan yang tinggi bukanlah hal yang mudah untuk dilaksanakan. Faktor yang sangat penting untuk mencapai kepuasan pelanggan yang tinggi adalah memberikan kualitas pelayanan yang baik, karena hal tersebut merupakan salah satu faktor penentu bagi keberhasilan dan kemajuan dalam mencapai tujuan perusahaan. Menurut Lewis dan Booms dalam Titissari (2017:19) “kualitas layanan didefinisikan sebagai tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan”. Baik dan tidaknya kualitas pelayanan akan sangat

ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten dari waktu ke waktu.

Perusahaan yang hanya bermodalkan dengan pengalaman dan juga jam terbang yang tinggi tentu tidak akan cukup. Dimana bukan tidak mungkin suatu perusahaan akan ditinggalkan pelanggan jika suatu perusahaan tidak melakukan peningkatan kualitas pelayanan yang bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya, hal itu disebabkan karena saat ini dengan meningkatnya persaingan usaha dan perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat perusahaan dituntut harus reaktif dengan apa yang menjadi harapan pelanggan. Oleh karena itu kualitas pelayanan menjadi suatu hal yang sangat penting dan memerlukan perhatian khusus perusahaan jasa pengiriman dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

Pelanggan yang puas dari suatu jasa, maka pelanggan akan selalu membandingkan pelayanan yang diberikan perusahaan dengan perusahaan sejenis lainnya. Jika pelanggan puas maka pelanggan akan datang kembali dan memberi rekomendasi pada orang lain dalam melakukan pengiriman paket, pembayaran dan penarikan ditempat yang sama.

Begitu halnya dengan PT. Pos Indonesia yang merupakan salah satu BUMN Indonesia dalam bidang jasa pelayanan. PT. Pos Indonesia adalah perusahaan yang telah lama berdiri serta memiliki banyak keunggulan dengan citra perusahaan yang baik dan sudah dikenal masyarakat bahwa PT. Pos Indonesia adalah perusahaan jasa pengiriman terkemuka di Indonesia (Titissari, 2017). PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Gorontalo adalah salah satu perusahaan yang bersifat jasa dan memiliki tugas pokok yaitu sebagai lalu lintas barang, informasi, keuangan, dan jasa. Dimana tujuan PT. Pos Indonesia (Persero) adalah berorientasi kepada kepuasan pelanggan (Noe, 2017:6)

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti dari hasil observasi menunjukkan bahwa perusahaan belum mampu memberikan pelayanan yang sepenuhnya baik sehingga berdampak pada kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan yang belum optimal tersebut dipicu oleh beberapa hal diantaranya adalah pada pelayanan yang diberikan. Pertama, permasalahan yang sering muncul dalam pengiriman paket, dimana proses pengiriman paket tersebut seringkali berakhir pada keterlambatan. Kedua, permasalahan yang seringkali dikeluhkan pelanggan adalah

proses sistem transaksi yang masih memakan waktu yang cukup lama sehingga pelanggan menunggu antrian dalam waktu yang lama.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, mendorong peneliti tertarik untuk melakukan suatu penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Gorontalo”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yaitu sebagai berikut:

1. Ketatnya persaingan antar perusahaan layanan jasa pengiriman
2. Adanya keluhan pelanggan mengenai proses pengiriman paket yang mengalami keterlambatan dan proses sistem transaksi yang masih memakan waktu yang cukup lama.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka peneliti merumuskan masalah yaitu seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Gorontalo?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Gorontalo.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang diharapkan dalam penelitian ini adalah menjadi bahan masukan bagi lembaga ataupun instansi serta memberikan sumbangan pemikiran khususnya kepada lokasi tempat penelitian demi kemajuan perusahaan itu sendiri kerarah yang lebih baik.

1.5.2. Manfaat Teoritis

Bagi peneliti dan pembaca lainnya diharapkan penelitian ini dapat memperluas wawasan dan pengetahuan ilmiah mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan serta menjadi

referensi tambahan bagi pihak-pihak atau generasi selanjutnya yang akan meneliti penelitian yang sama.