

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Banyaknya jasa yang ditawarkan oleh perusahaan mengakibatkan konsumen akan semakin selektif terhadap suatu jasa yang diinginkan. Mereka akan melihat dan menilai berbagai hal yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya, untuk menghadapi hal demikian perusahaan perlu menetapkan strategi pemasaran yang tepat, salah satunya dengan mengelola kualitas pelayanan dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen. Kondisi ekonomi masyarakat juga mengalami perubahan terutama tentang sistem nilai dan cara pandang masyarakat untuk lebih menuntut pelayanan yang lebih baik yang sesuai dengan keinginannya (Kotler dan Amsrong,2008). Perubahan kondisi tersebut menyebabkan semakin ketatnya persaingan disegala bidang, persaingan yang semakin ketat tidak dapat dihindari oleh setiap perusahaan. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan pelanggannya serta berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan (Atmawati dan Wahyudin,2007). Kotler (2008) Kepuasan adalah sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan antara kinerja atas produk dengan ekspektasi mereka pada saat mendapatkan. Kepuasan para konsumen merupakan salah satu faktor yang menentukan daya saing untuk memenangkan persaingan. Sebab kalau pelanggan tidak puas mereka akan menyikapi dengan meninggalkan perusahaan dan beralih menjadi pelanggan pihak bersaing. Hal ini akan menyebabkan penurunan laba dan pada akhirnya akan menyebabkan kerugian bagi perusahaan. Dengan didukung tingkat ketepatan dari fasilitas yang baik menjadi tujuan utama. Pada dasarnya tujuan sebuah bisnis adalah menciptakan pelanggan yang puas (Schnaas dalam Tjiptono Dan Chandra,2005).

Rambat Lupiyoadi (2004) Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan setelah pemakaian. (Atmawati dan Wahyudin,2007). Perusahaan yang gagal memuaskan pelayanan kepada konsumennya akan menghadapi masalah yang kompleks, umumnya konsumen yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain. Oleh karena itu, setiap perusahaan wajib merencanakan, mengimplementasikan sistem kualitas sedemikian rupa sehingga pelayanan dapat memuaskan konsumennya dengan sangat baik. Kepuasan telah

menjadi premis yang sangat dibutuhkan untuk menjaga hubungan baik terhadap konsumen dan transaksi yang dilakukan, kunci utama kepuasan konsumen terdapat pada kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen (Kotler,1994).

Kualitas memiliki hubungan erat dengan kepuasan konsumen, kualitas memberikan suatu dorongan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka waktu yang panjang perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dimana perusahaan memaksimumkan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan (Atmawati dan Wahyudin,2007). Wyckof dan Arief (2007:118) Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut, kualitas pelayanan juga harus memperhatikan berbagai dimensi dikarenakan hal yang dilakukan oleh perusahaan yang maksimal tentang pelayanan yang ada, akan didapatkan oleh konsumen sehingga nantinya dapat mempersepsikan bahwa konsumen adalah raja sehingga didapatkan pelayanan yang maksimal dan sebaik mungkin. Menurut Fandy Tjiptono (2012) Kualitas layanan bisa diartikan sebagai ukuran yang didapatkan konsumen seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan dan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan yang ada. Adanya kualitas pelayanan yang baik didalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya apabila konsumen merasa puas mereka akan kembali datang serta memberi rekomendasi kepada orang lain. Oleh sebab itu, perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya kualitas pelayanan terhadap konsumen terutama pada perusahaan-perusahaan jasa.

Roadmap penelitian sebelumnya mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang dilakukan oleh Putri (2015) yang mengkaji tentang kualitas pelayanan pada call center 108, Albertus (2018) dengan judul analisa kepuasan masyarakat terhadap pelayanan pengangkutan sampah PT Sacor Mandiri Jaya di komplek perumahan Greentown Bengkong, Manik (2015) dengan judul analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di restoran subak dan penelitian mengenai PT Pos Indonesia yang dilakukan oleh Lumenta (2014) yang mengkaji tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen layak untuk diteliti hubungan dengan penelitian saat ini adalah penelitian yang saat ini meneliti tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kantor pos jember.

Salah satu perusahaan atau organisasi yang bergerak dalam bidang jasa dan pelayanan adalah PT.POS Indonesia yang merupakan perusahaan BUMN, perusahaan ini bergerak dalam bidang kegiatan pelayanan lalu lintas informasi, uang, barang, dan lainnya. Kantor Pos Jember sebagai lembaga yang berorientasi sosial dan bisnis, dalam menghadapi persaingan

yang tidak lepas dari usahanya untuk terus menunjukkan kualitas jasa dan pelayanannya untuk memenuhi kebutuhan, harapan, dan yang utama yaitu mempertahankan para konsumennya. Ditinjau dari sisi pelanggan dengan latar belakang yang berbeda-beda baik dari segi ekonomi, sosial, pendidikan dan lain-lain.

Dengan berjalannya waktu Pos Indonesia mulai saat ini mampu menunjukkan kreatifitasnya dalam pengembangan bidang perposan dengan memanfaatkan infrastruktur jejaring yang dimiliki. Namun pada saat ini jasa pengiriman paket memiliki prospek yang sedikit baik tetapi kenyataannya masih banyak komplain konsumen dalam berbagai hal sebagian besar pangsa pasar pengiriman paket dikuasai oleh perusahaan sejenis yang dapat mendorong motivasi, persepsi, dan sikap konsumen untuk berpindah ke perusahaan sejenis munculnya para pesaing tersebut memberikan pengaruh kepada Kantor Pos Jember.

Alasan diadakan penelitian di Kantor Pos Jember karena selama ini banyak orang menganggap bahwa menggunakan jasa dan pelayanan Kantor Pos tidak efektif dan kurang memadai, salah satunya adalah jasa pengiriman surat atau barang yang membutuhkan waktu relatif lama dan terkadang mengalami keterlambatan selain itu hilangnya barang yang selama ini dikeluhkan oleh masyarakat dalam menggunakan jasa pengiriman paket barang kebeberapa tempat. Munculnya pesaing baru yang bergerak dibidang sama tetapi memiliki keunggulan yang lebih baik, serta kemajuan teknologi pada bidang telekomunikasi yang membuat masyarakat untuk lebih selektif dalam memilih jasa lain yang akan digunakan.

Dengan banyaknya pesaing-pesaing perusahaan sejenis di kota jember menuntut kantor pos untuk selalu meningkatkan mutu dan profesionalisme kinerjanya dengan dukungan yang utama yaitu fasilitas dan pelayanan yang baik. Oleh sebab itu terjadi fluktuasi jumlah pengunjung yang datang ke Kantor Pos Jember dengan sejauh mana konsumen sering menggunakan pelayanan jasa yang ada pada kantor pos. Berikut merupakan data jumlah pengunjung dari bulan Agustus-Oktober :

Tabel 1.1

Data pengunjung Kantor Pos Jember bulan Agustus-Oktober 2018

Bulan	Jumlah pengunjung
Agustus	13.884
September	13.632
Oktober	15.315

Sumber: Kantor Pos Jember

Berdasarkan tabel diatas dilihat bahwa jumlah konsumen yang datang ke Kantor Pos Jember mengalami fluktuasi dari bulan Agustus sampai Oktober. Hal ini juga berarti ada sebab akibat konsumen menggunakan jasa pada kantor pos. Dapat dilihat bahwa pada bulan Agustus sejumlah 13.884 pelanggan, bulan September mengalami penurunan sedikit dengan jumlah 13.632 dan bulan Oktober mengalami kenaikan dengan jumlah pengunjung 15.315.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Bagaimana analisis tingkat kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada kantor pos jember dengan menggunakan metode importance performance analysis (IPA) ?

1.3 Tujuan penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah : Untuk menganalisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan menggunakan pendekatan 5 dimensi yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* dengan menggunakan metode IPA.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Pihak Perusahaan
Dapat memberikan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan guna mempertahankan konsumen dan meningkatkan kualitas pelayanan yang baik bagi para konsumen Kantor Pos Jember.
2. Pihak Akademisi
Sebagai bahan masukan yang diharapkan dapat menambah dan memberi wawasan dalam perkembangan ilmu pengetahuan serta dijadikan sebagai bahan wacana untuk penelitian lebih lanjut.
3. Peneliti
Sebagai bahan masukan yang diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa pada Kantor Pos Jember.