

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan dunia bisnis meningkat dengan pesat dan mengalami persaingan yang sangat ketat terutama pada sektor jasa. Semakin maju suatu negara, kontribusi sektor jasa pada kegiatan perekonomian nasionalnya akan semakin dominan. Hal ini disebabkan sebagai akibat dari perkembangan teknologi, dan dapat dilihat dalam kehidupan sehari-hari bahwa segala aktivitas manusia tidak lepas dari sektor jasa.

Pada praktiknya jasa bisa dilihat dari 2 (dua) sudut pandang yang berbeda yaitu pertama jasa dipandang sebagai produk utama, kedua jasa sebagai layanan pendukung suatu produk. Oleh karena itu, pengetahuan tentang jasa bukan hanya bermanfaat bagi pengelola bisnis jasa namun juga untuk pengelola bisnis barang.

Pada umumnya kebanyakan orang membutuhkan jasa, seperti jasa transportasi, telekomunikasi, keuangan, hiburan, kesehatan, pelayanan pengiriman paket, kecantikan dan sebagainya. Salah satunya yaitu perusahaan jasa pengiriman paket yang melayani pengiriman surat, dokumen, uang dan barang. Pada jasa pengiriman barang prosesnya relatif lebih konvensional, sedangkan pada proses pengiriman surat, dokumen, dan uang dapat dipercepat dengan adanya kemajuan teknologi. Pada saat ini banyak sekali jenis jasa pengiriman paket di Indonesia, seperti Pandu Logistics, JNE, PT. Pos Indonesia, Tiki dan lain lain. Pada perusahaan jasa paket Pos yang ada di unit usaha pada PT.Pos Indonesia (Persero)

telah memberikan alternatif pilihan bagi individu atau organisasi perusahaan yang akan mengirimkan paket (barang). Menurut undang-undang Republik Indonesia Nomor 38 tahun 2009 tentang pos bab 1 pasal 1, Pos adalah layanan komunikasi tertulis dan surat elektronik, layanan paket, layanan logistik, layanan transaksi keuangan, dan layanan keagenan pos untuk kepentingan umum. Tidak dipungkiri bahwa jasa pengiriman paket sangat dibutuhkan oleh individu ataupun organisasi perusahaan. Semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap pelayanan pengiriman paket menyebabkan persaingan bisnis yang dihadapi perusahaan saat ini sangat ketat. Munculnya pihak-pihak swasta yang berupaya memberikan pelayanan yang lebih baik kepada masyarakat yang sesuai dengan harapan mereka, misalnya adanya kemudahan dalam pengiriman paket, jangka waktu tempuh pengiriman yang lebih cepat, keramahan, dan kesopanan karyawan dalam melayani pelanggan. Dibawah ini dapat dilihat beberapa bisnis jasa pengiriman paket di Indonesia :

**Tabel 1.1**  
**Perusahaan Jasa Pengiriman Paket di Indonesia**

No.	Nama Perusahaan Jasa Pengiriman Paket
1.	Cahaya Logistik
2.	First Logistics
3.	JNE
4.	NCS
5.	Dakota Cargo
6.	Pandu Logistics
7.	Pos Indonesia
8.	RPX
9.	Tiki
10.	Wahana

Sumber : <http://www.pengirim.com/couriercompaniesall>

Seperti yang ditunjukkan pada Tabel 1.1 terdapat banyak perusahaan yang menawarkan jasa pengiriman paket di Indonesia. Petumbuhan perusahaan jasa pengiriman paket tersebut membawa implikasi dan kenyataan pada semakin meningkatnya intensitas persaingan di antara para pengusaha yang bergerak dalam bisnis jasa, sehingga menimbulkan lahirnya persaingan melalui beberapa keunggulan yang mereka tawarkan untuk menarik perhatian pelanggan. Salah satu yang dapat dilakukan oleh PT. Pos Indonesia (Persero) yaitu harus menetapkan strategi bersaingnya agar dapat menjadi pilihan utama bagi pelanggan.

**Tabel 1.2**  
**Data Jumlah Pelanggan Kantor Pos Asia Afrika Bandung**

Tahun	Bulan	Jumlah Pelanggan	Jumlah	Rata-rata
2015	Januari	11.760	27.144	9.048
	Februari	9.000		
	Maret	6.384		

Sumber : Pelayanan jasa paket PT.Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Asia Afrika Bandung

Berdasarkan Tabel 1.2 jumlah pelanggan pengguna jasa pengiriman paket dari bulan januari sampai dengan bulan maret mengalami penurunan pelanggan setiap bulannya yaitu dari bulan januari sebanyak 11.760 pelanggan, bulan februari sebanyak 9.000 pelanggan dan pada bulan maret sebanyak 6.384 pelanggan. Dari data di atas dapat dilihat bahwa terdapat penurunan jumlah pelanggan setiap bulannya.

Peneliti juga mendapatkan data penurunan jumlah paket yang terjadi pada PT.Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Asia Afrika Bandung, hal itu bisa dilihat dari data jumlah paket perbulannya pada Tabel 1.3:

**Tabel 1.3**  
**Jumlah Paket PT.Pos Indonesia (Persero)**  
**Kantor Pos Asia Afrika Bandung**  
**Januari-Maret 2015**

No.	Jenis Paket	Januari	Februari	Maret
1.	Surat Kilat Khusus	234.000	202.800	171.600
2.	Paket Pos	45.864	31.200	22.932
3.	Paket Kilat khusus	39.000	46.800	19.500
4.	Paket Cepat Internasional	2.028	1.248	780
5.	Paket Biasa Internasional	780	780	780
6.	Express Mail Service	4.680	4.680	3.900
7.	Express Dokumen Regional	12.480	15.600	9.360
8.	Express Dokumen Nasional	34.320	39.000	31.200
9.	Express Barang Nasional	6.240	7.800	5.460
10.	Express Barang Regional	2.340	2.340	2.340
Jumlah		381.732	352.248	267.852

Sumber : Pelayanan jasa paket PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Asia Afrika Bandung

Berdasarkan Tabel 1.3 dapat dilihat bahwa jumlah paket PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Besar Asia Afrika Bandung mengalami penurunan transaksi dari bulan Januari hingga bulan Maret 2015. Dari data di atas dapat dilihat bahwa terdapat jumlah paket yang mengalami penurunan setiap bulannya.

Demi menjaga kelangsungan usaha, suatu perusahaan harus memberikan kepuasan bagi pelangganya. Perusahaan perlu mengetahui hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh pelanggan, sehingga dapat meningkatkan kinerja sebaik mungkin dan bisa memuaskan pelanggan. Perusahaan juga harus mampu merebut pasar sasarnya untuk mengembangkan usahanya dalam industry yang sudah di

pilihnya. Kondisi seperti ini mempunyai peranan penting bagi perusahaan. Meningkatnya kepuasan pelanggan akan berdampak pada meningkatnya kecenderungan pelanggan untuk kembali membeli produk atau jasa yang ditawarkan, kondisi ini berdampak pada *performance* bisnis perusahaan.

Berikut ini merupakan hasil survey mengenai kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan di Kantor Pos Asia Afrika Bandung :

**Tabel 1.4**  
**Hasil Survey Kepuasan Pelanggan di Kantor Pos Asia Afrika Bandung**

No.	Pernyataan	Puas	Tidak Puas	Total
1.	Kantor Pos Asia Afrika Bandung memberikan kinerja yang baik pada jasa pengiriman paket	42%	58%	100%
2.	Kantor Pos Asia Afrika Bandung memenuhi semua yang diharapkan oleh pelanggan	36%	64%	100%

Sumber : Olah data peneliti 2015

Berdasarkan Tabel 1.4 di atas, dapat dilihat dari hasil survey kepuasan pelanggan di PT.Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Asia Afrika Bandung, bahwa sebanyak 58% pelanggan berpendapat bahwa Kantor Pos Asia Afrika Bandung dalam memberikan kinerja yang baik pada jasa pengiriman paket belum memenuhi kepuasan yang diinginkan oleh pelanggan. Dan sebanyak 64% pelanggan juga berpendapat bahwa Kantor Pos Asia Afrika Bandung belum memenuhi semua yang diharapkan oleh para pelanggan. Keadaan ini tidak sesuai dengan harapan perusahaan. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya (Fandy Tjiptono 2011:146). Perbandingan antara harapan dan kenyataan yang diterima pelanggan

dapat menjadi ukuran bagi kepuasan pelanggan mengenai jasa yang berkualitas. Kepuasan menjadi salah satu masalah yang dihadapi Kantor Pos Asia Afrika Bandung.

Peneliti juga melakukan penelitian pendahuluan dengan tujuan untuk mengetahui faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pengguna jasa pengiriman paket di Kantor Pos Asia Afrika Bandung, dapat dilihat pada tabel 1.5 berikut ini :

**Tabel 1.5**  
**Hasil Survey Mengenai Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan di Kantor Pos Asia Afrika Bandung**

No.	Bauran Pemasaran	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1.	<i>Product</i> (Produk Jasa)	Pelayanan yang membuat nyaman dan sesuai keinginan	17%	27%	<b>56%</b>	0%	0%
		Pelayanan sudah sesuai dengan kebutuhan	23%	27%	<b>30%</b>	20%	0%
2.	<i>Price</i> (Harga)	Harga jasa pengiriman paket yang ditawarkan terjangkau	17%	60%	23%	0%	0%
		Kesesuain harga terhadap jasa yang ditawarkan	20%	37%	30%	13%	0%
3.	<i>Place</i> (Lokasi)	Lokasi yang mudah dijangkau	57%	30%	13%	0%	0%
		Kemudahan akses menuju lokasi	60%	27%	13%	0%	0%
4.	<i>Promotion</i> (Promosi)	Media promosi dapat menarik perhatian	3%	33%	27%	30%	7%
		Anda mengetahui promosi jasa pengiriman paket dari perusahaan	7%	50%	17%	23%	3%

Tabel 1.5 (Lanjutan)

5.	<i>People</i> (Orang)	Karyawan yang cepat tanggap dalam melayani	0%	30%	20%	<b>43%</b>	7%
		Kemudahan mendapatkan informasi dari karyawan	0%	20%	30%	<b>37%</b>	13%
6.	<i>Physical evidence</i> (Bentuk Fisik)	Kelengkapan fasilitas eksterior	0%	28%	28%	34%	0%
		Kelengkapan fasilitas Interior	0%	30%	27%	33%	10%
7.	<i>Process</i> (Proses)	Proses transaksi pelayanan mudah dilakukan	7%	30%	<b>40%</b>	23%	0%
		Proses sitem pembayaran cepat	13%	20%	<b>37%</b>	30%	0%

Sumber : Olah data peneliti 2015

Berdasarkan Tabel di atas yang merupakan hasil survey kepuasan pelanggan bahwa dari 30 orang responden, pada pernyataan pelayanan yang membuat nyaman sesuai dengan keinginan didominasi ragu-ragu sebesar 56% dan pelayanan sudah sesuai dengan kebutuhan didominasi ragu-ragu 30%, pada pernyataan harga jasa pengiriman paket yang ditawarkan didominasi setuju sebesar 60% dan kesesuaian harga terhadap jasa yang ditawarkan didominasi setuju 37%, pada pernyataan lokasi di Kantor Pos Asia Afrika mudah dijangkau didominasi sangat setuju sebesar 57% dan kemudahan akses menuju lokasi didominasi sangat setuju 60%, pada pernyataan media promosi dapat menarik perhatian didominasi setuju sebesar 33% dan mengetahui promosi jasa pengiriman paket dari perusahaan didominasi setuju 50%, pada pernyataan

karyawan pada jasa pengiriman paket cepat tanggap dalam melayani didominasi tidak setuju sebesar 43% dan kemudahan mendapatkan informasi dari karyawan didominasi tidak setuju 37%, pada pernyataan kelengkapan fasilitas ekterior tidak setuju sebesar 34% dan kelengkapan fasilitas interior didominasi tidak setuju 33%, pada pernyataan proses transaksi mudah dilakukan didominasi ragu-ragu sebesar 40% dan proses sistem pembayaran cepat didominasi ragu-ragu 37%.

Survey tersebut menunjukkan kepuasan yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan adalah pada pernyataan pelayanan yang membuat nyaman sesuai dengan keinginan dan kebutuhan, karyawan yang melayani pelanggan dan proses transaksi serta sistem pembayaran. Hasil survey tersebut bila diterjemahkan melalui bauran pemasaran, menunjukkan bahwa nilai bauran pemasaran yang berpengaruh terhadap kepuasan adalah produk, sumber daya manusia dan proses yang diberikan tidak sesuai dengan harapan pelanggan.

Produk jasa merupakan produk yang dapat memberikan manfaat, dan setiap produk berusaha untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan (Herry Achmad Buchory dan Djaslim Saladin, 2012:1420). Sesungguhnya pelanggan tidak membeli barang atau jasa, tetapi membeli manfaat dari sesuatu yang ditawarkan. Pengertian yang ditawarkan menunjukkan sejumlah manfaat yang didapat oleh pelanggan, baik barang atau jasa maupun kombinasinya.

Suatu produk atau jasa harus memiliki daya saing agar dapat menarik perhatian pelanggan. Dengan menyediakan produk atau jasa yang baik, diharapkan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan, kepuasan pelanggan



akan terjaga. Kepuasan pelanggan yang terjaga diharapkan mampu meningkatkan intensitas pengguna produk atau jasa dari waktu ke waktu. Dari beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, berdasarkan hasil survey pendahuluan menemukan bahwa produk di Kantor Pos Asia Afrika Bandung tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan.

Sumber daya manusia merupakan salah satu variable dari pemasaran yang dapat mempengaruhi pelanggan. Sumber daya manusia dalam jasa adalah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pelanggan. Semua sikap dan tindakan karyawan mempunyai pengaruh terhadap keberhasilan penyampaian jasa karena *people* merupakan aset utama dalam industri jasa. Peran penting Sumber Daya Manusia dalam pemasaran jasa menuntut adanya suatu komitmen, cara pandang dan pelaksanaan peran secara optimal oleh seluruh anggota perusahaan jasa agar dapat mencapai ketepatan operasi dan efektivitas kerja yang baik (Lupiyoadi,2013:200)

Kesuksesan pemasaran jasa sangat tergantung pada Sumber Daya Manusia yang dimiliki untuk dapat mencapai hasil yang optimal diperlukan keterlibatan langsung antara penyedia jasa dengan pelanggannya. Sebagian besar jasa dilayani oleh orang, maka orang tersebut perlu diseleksi, dilatih, dimotivasi, sehingga memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Setiap karyawan harus berlomba-lomba berbuat kebaikan kepada pelanggan dengan sikap perhatian, responsif, inisiatif, kreatif, pandai memecahkan masalah, sabar, dan ikhlas. Kurang baiknya pelayanan akan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan, jika terjadi konsumen tersebut dapat merubah sikapnya dengan kecenderungan beralih menggunakan produk atau jasa dari pesaing lainnya. Dan dari beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, berdasarkan survey pendahuluan yang

peneliti temukan bahwa permasalahan yang muncul selain produk yaitu ada pada sumber daya manusia (*people*). Beberapa pelanggan menyatakan bahwa Karyawan di Kantor Pos Asia Afrika pada jasa pengiriman paket tidak cepat tanggap dalam melayani pelanggan sehingga belum sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan

Proses juga merupakan variable lainnya selain produk dan sumber daya manusia dari variabel pemasaran yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Proses dalam bauran pemasaran jasa ialah semua prosedur aktual, mekanisme dan aliran aktifitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa (Ratih Hurriyati 2010:64). Pada perusahaan jasa proses dijalankan dan dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Untuk perusahaan jasa, kerja sama antara pemasaran dan operasional sangat penting dalam elemen proses ini, terutama dalam melayani segala kebutuhan dan keinginan pelanggan. Proses dalam jasa merupakan faktor utama dalam bauran pemasaran jasa seperti pelanggan jasa akan sering memasarkan sistem penyerahan jasa sebagai bagian dari jasa itu sendiri. Pelanggan tidak mengetahui bagaimana proses terjadi, yang pelanggan ketahui yaitu jasa yang diterima harus memuaskan. Proses dalam jasa harus dilakukan dengan baik, apabila karyawan bersikap sesuai dengan prosedur yang ditetapkan oleh perusahaan, maka pada proses yang baik dapat memenuhi kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Bagi perusahaan yang terpenting adalah bagaimana memahami dan memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan, sehingga pihak perusahaan dapat mengembangkan produk atau jasa, harga, distribusi proses pelayanan serta penyedia sarana fisik perusahaan yang dapat memperluas pangsa pasar untuk mempertahankan pelanggan yang ada dan perlu adanya komitmen yang tinggi baik menyangkut dana maupun sumber daya manusia, dan dukungan

teknologi yang canggih agar kualitas produk dan jasa benar-benar sesuai dengan harapan mereka sehingga dapat terciptanya kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka peneliti tertarik untuk menggali lebih dalam lagi tentang objek yang diteliti, yaitu melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Produk, Sumber Daya Manusia dan Proses terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Paket di Kantor Pos Asia Afrika Bandung”**.

## **1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka penulis menetapkan identifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Mengalami penurunan pelanggan pada bulan januari hingga bulan maret tahun 2015.
2. Terjadinya penurunan jumlah paket pada bulan januari hingga bulan maret tahun 2015.
3. Kepuasan yang dirasakan pelanggan tidak sesuai dengan harapannya.
4. Pelayanan yang diberikan belum sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan.
5. Karyawan yang tidak cepat tanggap dalam melayani pelanggan.
6. Proses transaksi pelayanan dan sistem pembayaran yang belum sesuai dengan harapan pelanggan.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, yang menjadi rumusan masalah peneliti adalah :

1. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai produk yang dirasakan di Kantor Pos Asia Afrika Bandung.
2. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai sumber daya manusia yang terdapat di Kantor Pos Asia Afrika Bandung.
3. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai proses yang terdapat di Kantor Pos Asia Afrika Bandung
4. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan di Kantor Pos Asia Afrika Bandung.
5. Seberapa besar pengaruh produk, sumber daya manusia dan proses terhadap kepuasan pelanggan di Kantor Pos Asia Afrika Bandung baik secara parsial dan simultan.

### **1.3 Tujuan penelitian :**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian pada Kantor Pos Asia Afrika Bandung yaitu untuk menganalisis dan mengetahui :

1. Tanggapan pelanggan mengenai produk yang dirasakan di Kantor Pos Asia Afrika Bandung.
2. Tanggapan pelanggan mengenai sumber daya manusia yang terdapat di Kantor Pos Asia Afrika Bandung.
3. Tanggapan pelanggan mengenai proses yang terdapat di Kantor Pos Asia Afrika Bandung
4. Tanggapan pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan di Kantor Pos Asia Afrika Bandung.

5. Besarnya pengaruh produk, sumber daya manusia dan proses terhadap kepuasan pelanggan di Kantor Pos Asia Afrika Bandung baik secara simultan dan parsial.

#### **1.4 Kegunaan penelitian**

Dengan dilaksanakannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung bagi berbagai pihak yang terlibat dalam kegiatan ini, dan hasil penelitian diharapkan dapat berguna baik secara akademis maupun praktis.

##### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

1. Dapat memberikan pemahaman lebih jauh mengenai sistem pelayanan pada perusahaan jasa paket sehingga dapat mengukur kepuasan yang dirasakan pelanggan pada jasa pengiriman paket.
2. Dapat memberikan informasi tentang jasa pengiriman paket di Kantor Pos Asia Afrika Bandung.
3. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk dijadikan referensi dengan melengkapi keterbatasan penelitian ini, antara lain memperluas indikator dalam setiap variable penelitian untuk pengukuran kepuasan pelanggan pada jasa pelayanan paket.

##### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

1. Kegunaan Bagi Penulis

Melalui penelitian ini diharapkan :

- a. Memahami tentang proses jasa pelayanan pengiriman paket seperti uang, barang, dokumen dan surat.

- b. Memahami tentang proses penyusunan paket yang akan dikirimkan ke alamat tujuan.
  - c. Bisa berinteraksi langsung dan memahami perilaku pelanggan yang akan memakai jasa pengiriman di Kantor Pos Asia Afrika.
  - d. Mengetahui sikap karyawan dalam melayani pelanggan seperti yang dilakukan oleh karyawan Kantor pos Asia Afrika Bandung.
2. Kegunaan Bagi PT.Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Asia Afrika
    1. Dapat membantu untuk mengetahui langsung masalah yang menyebabkan ketidakpuasan yang dirasakan oleh pelanggan.
    2. Mengetahui faktor apa saja yang diinginkan untuk dapat membuat pelanggan puas.
    3. Bisa memperbaiki berbagai hal yang membuat pelanggan tidak puas dalam pelayanan paket.
    4. Mempermudah untuk menampung keluhan dan saran yang ingin konsumen sampaikan tetapi secara tidak langsung, melainkan melalui perantara dari peneliti.
    5. Dapat menghubungi pelanggan yang merasakan ketidakpuasan dengan cara membujuk pelanggan agar mau memakai jasa pengiriman paket di kantor Pos Asia Afrika Bandung kembali.
  3. Bagi Ilmu Pengetahuan
    1. Penelitian ini dapat dijadikan bahan informasi untuk memperkaya daya berfikir.
    2. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai referensi tambahan untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.