

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perubahan dan perkembangan di perusahaan membawa dampak yang cukup besar pada berbagai bidang yang mengikuti perekonomian dunia, dari ekonomi industri menuju ekonomi jasa. Salah satu perkembangan teknologi tersebut adalah perkembangan akan pengiriman dan penerimaan barang yang dapat dilakukan dengan mudah, cepat, dan aman. Dengan meningkatnya perkembangan teknologi, maka kebutuhan akan jasa pengiriman barangpun semakin meningkat.

Salah satu perusahaan jasa pengiriman yang ada di Indonesia adalah PT POS Indonesia, yang merupakan BUMN dan bergerak dalam kegiatan pelayanan lalu lintas informasi, uang, dan barang. Pengiriman barang belum tergantikan dengan teknologi manapun dengan pengganti apapun. Salah satu diferensiasi produk yang ditawarkan PT POS Indonesia adalah jasa layanan pengiriman paket. Jasa pengiriman paket memiliki prospek yang sangat baik tetapi kenyataannya sebagian besar pangsa pasar jasa pengiriman paket dikuasai oleh perusahaan jasa swasta, mendorong motivasi, persepsi dan sikap pelanggan untuk dapat menghasilkan produk/jasa yang memiliki daya saing tinggi dalam usaha memenangkan pangsa pasar. Munculnya para pesaing tersebut memberi pengaruh kepada PT POS Indonesia.

PT POS Indonesia (Persero) sebagai BUMN yang bergerak dibidang jasa pengiriman paket pada awalnya menguasai pangsa pasar di Indonesia, namun

dengan semakin banyaknya perusahaan-perusahaan yang masuk kedalam industri ini mengakibatkan persaingan semakin tinggi dan berdampak terhadap pasar perusahaan.

Dengan kepuasan pelanggan, perusahaan akan mendapat manfaat dalam bentuk hubungan antara perusahaan dan pelanggan agar menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik kepada pelanggan sebagai pemakai jasa, menentukan alternatif pilihan dalam menggunakan jasa pengiriman, dengan berusaha mencari kepuasan yang optimal.

Dalam hal pengiriman paket dituntut untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan guna mencapai kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Beberapa upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan yaitu dapat melalui perluasan jangkauan, peningkatan kecepatan waktu tempuh yang cepat dan terjamin serta ketanggapan dalam pelayanan. Peningkatan layanan untuk menyikapi persaingan yang semakin kompetitif juga ditunjukkan dengan hadirnya berbagai jasa pengiriman selain PT POS Indonesia. Beberapa diantaranya adalah Indo Ekspedisi, PT NCS, PT TIKI Online, JNE Express, PT Repex Perdana Internasional bekerjasama dengan Federal Express, DHL, dan lainnya yang siap bertarung kualitasnya agar memiliki daya saing tinggi. Dalam rangka meningkatkan kualitas layanan, PT POS Indonesia melakukan berbagai inovasi yang salah satunya melalui transformasi pelayanan berbasis teknologi tinggi berupa Kantor Pos virtual. Selain itu PT POS Indonesia juga akan memperluas jaringan bisnis dengan memperbanyak titik layanan dan pengembangan Agen POS.

Pada hakikatnya setiap industri jasa pengiriman paket memiliki peluang yang sama untuk dipilih jasa pengirimannya, disamping itu jumlah market share yang hanya menguasai 10,5% dalam tiga tahun terakhir dari jumlah pasar juga dapat mengindikasikan bahwa pelanggan PT POS Indonesia mulai beralih menggunakan jasa pengiriman lain yang dipercayainya memiliki layanan pengiriman yang lebih memuaskan. Berikut ini data yang menggambarkan indeks penurunan brand PT POS Indonesia:

Tabel 1.1 Data Survei Top Brand 3 Tahun Terakhir

Tahun 2016		Tahun 2017		Tahun 2018	
Merek	Indeks	Merek	Indeks	Merek	Indeks
JNE	47,6%	JNE	49,4%	JNE	45,0-%
Tiki	35,7%	Tiki	34,7%	J&T	13,9%
Pos Indonesia	9,6%	Pos Indonesia	8,4%	Tiki	13,6%
DHL	1,3%	DHL	1,3%	Pos Indonesia	11,6%
				DHL	3,5%

Sumber: Top brand Award (2018)

Tabel diatas menggambarkan bahwa brand PT POS Indonesia belum menjadi brand unggulan di mata pelanggan Indonesia. Selama 3 tahun berturut-turut PT POS Indonesia (Persero) menduduki peringkat ketiga dibawah TIKI dan JNE. Pada tahun 2016 indeks 9,6%. Bahkan kian menurun indeks pada tahun 2017 8,4%. Data tersebut sekilas menggambarkan bahwa pelanggan Indonesia lebih memilih jasa pengiriman swasta dibanding PT POS Indonesia. Permasalahan yang didapati pegawai yang bertugas terlihat kurang cekatan. Kualitas layanan itu sendiri ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Tjiptono, 2012: 157).

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa PT POS Indonesia perlu meningkatkan kualitas pelayanan pada tiap tahunnya agar bisa mengungguli.

Tabel 1.2 Data Ekpres Barang POS Batam Center

NO	Bulan	Pengiriman Barang	
		Tahun 2017	Tahun 2018
1	Januari	229	2.580
2	Februari	567	2.312
3	Maret	915	2.091
4	April	812	2.222
5	Mei	793	6.147
6	Juni	833	6.502
7	Juli	794	2.046
8	Agustus	1.084	3.597
9	September	1.062	3.357
10	Oktober	1.034	2.999
11	November	2.500	
12	Desember	5.201	
	Jumlah	15.824	33.853

Sumber: Pos Batam Center (2018)

Berdasarkan tabel di atas jasa ekspres barang pos rata-rata terjadi peningkatan pada setiap bulannya tahun 2017/2018, adapun terjadi penurunan pada bulan april, mei, juli, september, dan oktober 2017 dari bulan sebelumnya dan begitu pula pada tahun 2018 terjadi penurunan pada bulan februari, maret, juli dan oktober dari bulan sebelumnya.

Peningkatan Standar Operasional Prosedur ternyata masih belum dibarengi dengan upaya perbaikan PT POS Indonesia terhadap masalah-masalah layanan lainnya seperti keterlambatan pengiriman. Secara umum, *Standard Operating Procedures* (SOP) merupakan gambaran langkah-langkah kerja (sistem, mekaniseme, dan tata kerja internal) yang diperlukan dalam pelaksanaan suatu tugas untuk mencapai tujuan yang dikendaki. SOP sebagai satu dokumen atau instrumen memuat tentang proses dan prosedur suatu kegiatan yang bersifat efektif dan efisien berdasarkan suatu standar yang sudah baku (Arnina P. Dkk, 2016: 30).

Sesuai definisi di atas menyimpulkan bahwa SOP adalah suatu dokumen berisi prosedur kerja yang harus dilakukan secara kronologis dan sistematis dalam menyelesaikan suatu pekerjaan tertentu dengan tujuan agar memperoleh hasil kerja paling efektif.

Standar Operasional Prosedur (SOP) merupakan panduan yang digunakan untuk memastikan kegiatan operasional organisasi atau perusahaan berjalan dengan lancar (Sailendra, 2015: 11).

Pelanggan memegang peranan penting dalam mengukur kepuasan terhadap jasa yang diberikan perusahaan PT POS Indonesia. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan akan menjadi harmonis, memberikan dasar baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi yang menguntungkan perusahaan. Pelanggan kurang puas menggunakan jasa PT POS Indonesia sehingga beralih menggunakan jasa yang lain karena karyawan kurang merespon atas pertanyaan atau keluhan dari pelanggan, sikap karyawan yang kurang empati (cuek) kepada pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan produk ataupun jasa yang mereka dipikirkan sebelumnya dan kinerja yang mereka harapkan (Rosalina, 2019).

Bahwa secara keseluruhan kinerja dimensi ini masih perlu ditingkatkan, terlebih lagi mengingat layanan POS harus terjamin dan aman dari kehilangan atau kerusakan kiriman yang sesuai dengan motto PT POS Indonesia (Persero), yaitu : Cepat (Sigra), Tepat (Acta), Aman dan Terpercaya (Nirbaya).

Berdasarkan pemaparan di atas, maka tertarik untuk mengambil judul penelitian pada perusahaan tersebut yaitu: **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT POS INDONESIA DI BATAM”**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Permasalahan yang didapati pegawai yang bertugas terlihat kurang cekatan.
2. Peningkatan Standar Operasional Prosedur ternyata masih belum dibarengi dengan upaya perbaikan PT POS Indonesia terhadap masalah-masalah layanan lainnya seperti keterlambatan pengiriman.
3. karyawan kurang merespon atas pertanyaan atau keluhan dari pelanggan, sikap karyawan yang kurang empati (cuek) kepada pelanggan.

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut di atas dan dikarenakan keterbatasan waktu, biaya dan pembahasan. Maka penelitian ini dibatasi hanya pada kualitas pelayanan, standar operasional prosedur dan kepuasan pelanggan pada PT POS Indonesia di Batam.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah tersebut di atas, Maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT POS Indonesia di Batam?
2. Bagaimana pengaruh standar operasional prosedur terhadap kepuasan pelanggan pada PT POS Indonesia di Batam?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan standar operasional prosedur secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada PT POS Indonesia di Batam?

1.5. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini secara rinci adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT POS Indonesia di Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh standar operasional prosedur terhadap kepuasan pelanggan pada PT POS Indonesia di Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan standar operasional prosedur secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada PT POS Indonesia di Batam.

1.6. Manfaat penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru dan pengaplikasian ilmu sebagai sumbangan pengetahuan bagi perkembangan ilmu

manajemen pemasaran terutama dalam menganalisis tingkat kualitas pelayanan dan standar operasional prosedur.

1.6.2. Manfaat Praktis

1. Bagi penulis

penelitian ini untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pelayanan dan standar operasional prosedur terhadap kepuasan pelanggan.

2. Bagi perusahaan

penelitian ini dapat digunakan perusahaan sebagai dasar?

a. Sebagai bahan evaluasi mengenai permasalahan dan hambatan pada strategi *Marketing* yang dijalankan oleh perusahaan.

b. Dengan menerapkan strategi *Marketing*, dapat meningkatkan citra perusahaan agar mampu menjadi *market leader* di tengah ketatnya persaingan perusahaan khususnya pada perusahaan jasa

3. Bagi pembaca

Hasil penelitian ini dapat digunakan pihak-pihak lain yang akan mengadakan penelitian selanjutnya dibidang pemasaran.

4. Bagi Universitas Putera Batam

Dapat dijadikan sebagai suatu karya yang dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa serta pihak lain yang memiliki ketertarikan untuk meneliti dalam bidang yang sama.