

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan jasa pelayanan pengiriman dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat luas. Ketatnya persaingan dan semakin banyaknya perusahaan jasa pengiriman yang bermunculan pada saat ini membuat pihak pemilik atau pengelola harus dapat menciptakan strategi agar mampu bersaing dan lebih unggul dibanding para pesaingnya. Salah satu kebutuhan penting untuk menunjang pertumbuhan dunia usaha tersebut adalah memberikan dukungan kelancaran lalu lintas informasi, dokumen, barang, dan uang. Kondisi saat ini masih banyak orang yang membutuhkan layanan pos, hal ini menjadikan bisnis pos tidak akan lapuk oleh zaman bahkan menjadi sangat penting dan strategis. Tiki, JNE, J&T Express, Klik Logistics dan sebagainya merupakan perusahaan – perusahaan swasta pesaing yang menyediakan berbagai layanan pengiriman. Banyaknya perusahaan pengiriman membuat para pelaku usaha tersebut bersaing ketat dalam memberikan harga dan kualitas pelayanan yang terbaik untuk kepuasan pelanggannya.

PT Pos Indonesia (Persero) merupakan perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yang sudah lama berdiri sejak tahun 1746 berstatus perusahaan umum dan tahun 1995 menjadi perseoran terbatas sampai saat ini sehingga memiliki keunggulan dengan memiliki *brand* atau *image* yang sudah lebih dulu dikenal di kalangan masyarakat luas bahwa PT Pos Indonesia (Persero)

merupakan perusahaan pengiriman terkemuka. Tetapi dengan hanya bermodalkan jam terbang dan pengalaman yang banyak bukan tidak mungkin bahwa perusahaan tersebut lama kelamaan akan dilupakan konsumen jika perusahaan tidak melakukan peningkatan terhadap kualitas pelayanannya dengan harga yang bersaing dengan perusahaan jasa pengiriman lainnya oleh karena saat ini semakin bermunculan perusahaan jasa sekaligus sebagai perusahaan pesaing saat ini.

Harga merupakan salah satu faktor penentu dalam pemilihan merek yang berkaitan dengan keputusan pembelian. Harga merupakan pernyataan nilai dari suatu produk. Harga merupakan aspek yang tampak jelas bagi para pembeli. Bagi konsumen yang tidak terlalu paham hal – hal teknis pada pembelian jasa riset pasar, pengacara, notaris, atau konsultan pajak, kerap kali harga menjadi satu – satunya faktor yang bisa mereka pahami. Tidak jarang pulak harga dijadikan semacam indikator kualitas jasa. Harga merupakan determinan utama permintaan karena berdasarkan hukum permintaan, besar kecilnya harga mempengaruhi kualitas produk yang dibeli konsumen. Semakin mahal harga, semakin sedikit jumlah permintaan atas produk bersangkutan dan sebaliknya. Meskipun demikian, itu tidak selalu berlaku pada semua situasi (Tjiptono, 2014, p. 194).

Tabel 1.1 Daftar Harga SOPP (System Online Payment Point)

Jenis Transaksi	Harga Penjualan
Pembayaran PDAM	Rp 2.500
Pembayaran Listrik	Rp 2.500
Pembayaran Bank	Rp 15.000
Pembayaran Wesel	Rp 10.000
Pembayaran Motor	Rp 1.000

Sumber: Data PT Pos Indonesia Cabang Dapur Duabelas Batam, 2017

Tabel 1.2 Daftar Harga I-POS (Integrated Postal Operations System)

Jenis Transaksi	Harga Penjualan Di Batam	
	Tanpa Asuransi	Dengan Asuransi
Surat Kilat Khusus	Rp 8.000	Rp 13.280
Surat Express	Rp 13.000	Rp 18.280
Paket Kilat Khusus		Rp 9.135
Paket Express		Rp 14.690
Paket Pos Biasa		Rp 8.640
Jenis Transaksi	Harga Penjualan Di Medan	
	Tanpa Asuransi	Dengan Asuransi
Surat Kilat Khusus	Rp 20.000	Rp 25.280
Surat Express	Rp 26.500	Rp 31.780
Paket Kilat Khusus		Rp 22.550
Paket Express		Rp 29.550
Paket Pos Biasa		Rp 13.185
Jenis Transaksi	Harga Penjualan Di Pekanbaru	
	Tanpa Asuransi	Dengan Asuransi
Surat Kilat Khusus	Rp 18.000	Rp 23.280
Surat Express	Rp 31.500	Rp 36.780
Paket Kilat Khusus		Rp 20.750
Paket Express		Rp 35.900
Paket Pos Biasa		Rp 11.165
Jenis Transaksi	Harga Penjualan Di Jakarta Pusat	
	Tanpa Asuransi	Dengan Asuransi
Surat Kilat Khusus	Rp 18.000	Rp 23.280
Surat Express	Rp 22.000	Rp 27.280
Paket Kilat Khusus		Rp 20.245
Paket Express		Rp 24.790
Paket Pos Biasa		Rp 13.185
Jenis Transaksi	Harga Penjualan Di Bogor	
	Tanpa Asuransi	Dengan Asuransi
Surat Kilat Khusus	Rp 19.500	Rp 24.780
Surat Express	Rp 23.500	Rp 28.780
Paket Kilat Khusus		Rp 22.265
Paket Express		Rp 26.810
Paket Pos Biasa		Rp 13.185
Jenis Transaksi	Harga Penjualan Di Manado	
	Tanpa Asuransi	Dengan Asuransi
Surat Kilat Khusus	Rp 43.000	Rp 48.280
Surat Express	Rp 45.500	Rp 50.780
Paket Kilat Khusus		Rp 48.525
Paket Express		Rp 51.555

Sumber: Data PT Pos Indonesia Cabang Dapur Duabelas Batam, 2017

Dari tabel diatas merupakan tabel harga SOPP dan I - POS konsumen PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Dapur Duabelas Batam. SOPP (*System Online Payment Point*) merupakan penerimaan seluruh pembayaran listrik, pembayaran PDAM, Pembayaran Perbankan, wesel dan pembayaran motor. Pembayaran I -POS (*Integrated Postal Operations System*) merupakan pengiriman berupa surat dokumen dan barang yang terbagi dalam bentuk pilihan layanan kilat khusus, pos express dan pos biasa.

Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut – atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya, jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk (Tjiptono, 2008, p. 85).

Perusahaan berusaha melalui jasa atau produk yang dihasilkan dapat terjual atau dibeli oleh konsumen melalui memenuhi kebutuhan konsumen, keinginan konsumen, dan memberikan kepuasan kepada konsumen secara maksimal karena pada dasarnya tujuan dari sebuah bisnis adalah untuk menciptakan

rasa puas konsumen dan akhirnya konsumen akan datang kembali untuk berbelanja. Jika kepuasan tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap harga yang menarik dan kualitas pelayanan yang diberikan akan menimbulkan konsumen yang setia.

Namun, usaha untuk memuaskan konsumen tidaklah mudah. Kegiatan pemasaran beroperasi pada situasi persaingan usaha yang semakin ketat dalam lingkungan yang terus menerus berkembang yang secara langsung maupun tidak langsung telah mempengaruhi kehidupan dan tata ekonominya, cara – cara pemasaran dan perilaku konsumennya. Salah satu konsep pemasaran adalah dengan melakukan bauran pemasaran yang tetap yaitu meliputi kualitas pelayanan. Aspek yang terlihat dari kualitas pelayanan adalah yang diberikan oleh konsumen, dilihat, didengar, dan dirasakan ketika pelayanan diberikan. Hal ini meliputi tidak hanya output pelayanan yang berupa fisik, tetapi juga fasilitas – fasilitas fisik, peralatan, dan kecakapan personal serta strategi harga yang diterapkan.

Layanan bisnis yang disediakan oleh PT Pos (Persero) Indonesia Cabang Dapur Duabelas Batam kepada masyarakat, yaitu SOPP (*System Online Payment Point*) merupakan penerimaan seluruh pembayaran listrik, pembayaran PDAM, Pembayaran Perbankan, wesel dan pembayaran motor. Dan pembayaran I-POS (*Integrated Postal Operations System*) merupakan pengiriman berupa surat dokumen dan barang yang terbagi dalam bentuk pilihan layanan kilat khusus, pos express dan pos biasa.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti, beberapa konsumen dari jasa PT Pos (Persero) Indonesia Cabang Dapur Duabelas Batam masih merasa

tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan dalam keterlambatan penerimaan paket dan dokumen, keterlambatan pengambilan paket dan dokumen yang akan dikirimkan, serta adanya paket yang rusak atau hilang. Jika hal ini tidak segera ditangani dengan cepat dan serius, maka akan menimbulkan kerugian yang besar karena pelayanan yang kurang diberikan kepada konsumen sehingga konsumen akan merasakan tidak puas dan akan mencari jasa pelayanan pengiriman barang yang lebih baik.

Kepuasan konsumen adalah perbandingan antara hasil aktual dengan ekspektasi standar konsumen yang dibentuk dari pengalaman dan keyakinan mengenai tingkat kinerja yang seharusnya diterima dari merek tertentu. Kepuasan merupakan fungsi dari keyakinan atau persepsi konsumen bahwa ia telah diperlakukan secara adil. Kepuasan tidak hanya ditentukan oleh ada tidaknya diskonfirmasi harapan, namun juga oleh sumber penyebab diskonfirmasi (Tjiptono, 2014, p. 355). Konsumen memegang peranan yang penting dalam mengukur kepuasan terhadap jasa yang diberikan perusahaan PT Pos (Persero) Indonesia Cabang Dapur Duabelas Batam. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumen akan menjadi harmonis, memberikan dasar baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen dan membentuk suatu rekomendasi yang menguntungkan perusahaan. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing.

Berdasarkan paparan tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Dapur Duabelas Batam”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang tersebut diatas sehingga peneliti melakukan identifikasi masalah dari penelitian ini, yaitu:

1. Kualitas pelayanan yang harus lebih baik diberikan kepada konsumen.
2. Adanya keterlambatan pengiriman paket dan dokumen, paket yang rusak dan hilang, dan keterlambatan paket dan dokumen yang akan dikirimkan sehingga konsumen merasakan tidak puas.
3. Persaingan ketat antar perusahaan dalam bentuk harga yang sesuai dan layanan pengiriman barang dan dokumen yang cepat.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, dan dikarenakan keterbatasan waktu dan masih minimnya pengetahuan peneliti sehingga dilakukan pembatasan masalah, yang peneliti fokuskan pada harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Dapur Duabelas Batam.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah tersebut maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Dapur Duabelas Batam?

2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Dapur Duabelas Batam?
3. Apakah harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Dapur Duabelas Batam?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada perumusan masalah tersebut diatas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Dapur Duabelas Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Dapur Duabelas Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Dapur Duabelas Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan teori dan gambaran tentang harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen sehingga nantinya dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk kegiatan penelitian selanjutnya.

1.6.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Objek Penelitian

Terdapat 2 manfaat bagi objek penelitian yaitu:

- a. Sebagai input masukan yang dipertimbangkan tentang kepuasan konsumen pada PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Dapur Duabelas Batam.
- b. Data atau informasi yang diteliti dapat dipertimbangkan sebagai dasar pengambilan keputusan pada PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Dapur Duabelas Batam.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen. Selain itu penelitian ini juga dapat menjadi bahan informasi dan pengalaman dalam menyusun skripsi.