

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Meluasnya perkembangan dunia bisnis yang menjadi peranan penting dalam tatanan hidup masyarakat untuk dapat memilih kebutuhan hidup. Semakin banyaknya unit bisnis yang berkembang dengan satu bidang yang sama di setiap kategorinya. Unit bisnis yang menyediakan jasa juga tidak kalah dengan unit bisnis produk atau barang, semakin besar persaingan bisnis maka semakin ketat cara persaingan yang harus dilakukan dengan membangun kepercayaan yang baik sehingga menimbulkan nilai pelanggan yang bagus untuk dapat membuat citra perusahaan yang dapat dilihat baik bagi masyarakat. Sebuah perusahaan tentu akan meningkatkan kepuasan pelanggannya untuk meningkatkan keuntungan dan loyalitas pelanggan dalam menggapai visi dan misi perusahaan.

Sebuah perusahaan jasa yang memebrikan pelayanan yang berasal dari pemerintahan yakni Pos Indonesia. PT. Pos Indonesia (Persero) merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pengiriman barang (Atmaja et al., 2019). PT. Pos Indonesia (Persero) sebagai salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) memiliki kewajiban untuk menawarkan bantuan jenis pos untuk semua individu di Indonesia dan di luar domain Indonesia, khususnya Di Belakang Padang. PT. Pos Indonesia (Persero) juga berperan penting dalam pengiriman produk atau surat menyurat. Demi membuat pelanggan merasa terpuaskan dengan pelayanan maka perusahaan sangat penting memperhatikan kepuasan pelanggan dari berbagai aspek.

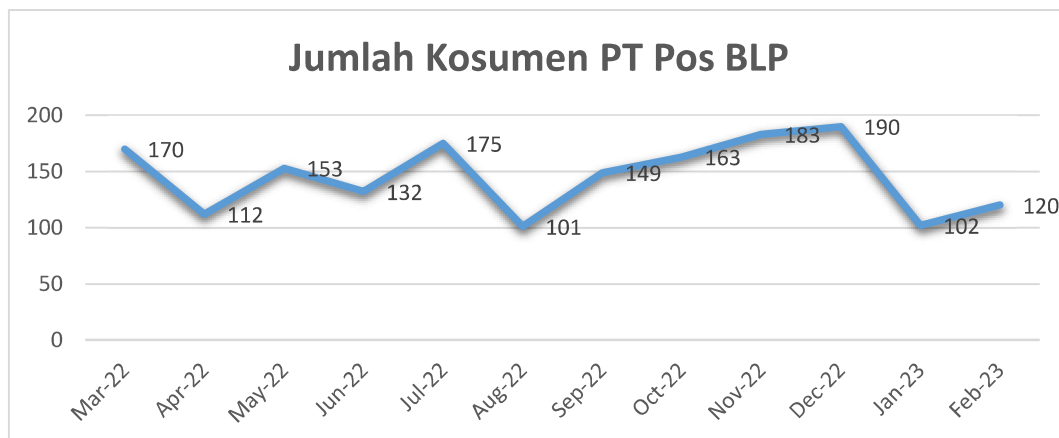
Kepercayaan kepada pelanggan dibentuk untuk dapat menamnamkan rasa percaya dalam diri pelanggan akan pelayanan yang ditawarkan (Uzir, 2021). Jika pelanggan telah percaya dengan apa yang telah diberikan perusahaan maka pelanggan akan merasa terpuaskan dengan berbelanja atau menerima jasa dari perusahaan tersebut. Rasa percaya pelanggan ini dapat berupa dari cara memperlakukan pelanggan, bagaimana barang dapat diterima dengan baik, dan *value* yang didapat pelanggan (Usvela dkk., 2019). Mengembangkan kepercayaan akan membentuk pelanggan betahan dan terus menggunakan pelayanan perusahaan.

Nilai pelanggan merupakan penggambaran penilaian secara menyeluruh atas manfaat yang diterima dengan biaya yang dikeluarkan (Nurhalimah & Nurhayati, 2019). Perbandingan antara keuntungan dengan setiap manfaat yang diterima pelanggan yang dimaksud nilai pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa nilai tidak hanya mencakup manfaat fungsional alat tetapi juga seluruh rangkaian proses yang disediakan untuk pelanggan, hingga layanan purna jual, yaitu nilai yang dapat dinikmati pelanggan (Usvela dkk, 2019).

Citra perusahaan merupakan persepsi masyarakat akan jati diri perusahaan. Biasanya citra ini dari fisik yang tampak baik internal maupun eksternal berupa gambaran (Syahwi & Pantawis, 2021). Semakin meningkatnya pelayanan dan fasilitas yang baik maka energi positif dari perusahaan akan mudah dikenali masyarakat. Sebuah perusahaan yang sudah dikenali masyarakat akan dengan mudah mendapatkan penjualan yang menguntungkan dan pelanggan akan terpuaskan.

Kepuasan pelanggan berpengaruh bagi dampaknya keuntungan perusahaan. Jika perusahaan mampu memberikan kepuasan pelanggan maka pelanggan akan kembali dan pelanggan akan menarik pelanggan lainnya untuk loyal terhadap produk atau jasa yang diberikan. Kepuasan pelanggan terpenuhi jika pelanggan merasa pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan pelanggan. Hal ini sangat perlu diperhatikan pada setiap aspek yang memengaruhi. Pada PT. Pos Indonesia (Persero) terdapat hal yang memengaruhi kepuasan pelanggan yang dapat dilihat pada tabel

Gambar 1. 1 Jumlah Pelanggan PT Pos Belakang Padang



Sumber: Survey peneliti, 2023

Pada tabel hasil survei diatas maka dapat diketahui bahwa jumlah pelanggan terdapat fluktuasi yang tidak menentu. Hal ini dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan yang terjadi pada Kantor Pos Belakang Padang, diketahui pelayanan yang didapat dirasa kurang puas oleh pelanggan sehingga jumlah pelanggan tidak meningkat pasti, melainkan adanya naik turun pelanggan disetiap bulannya. Adapun hal ini karena juga semakin banyaknya persaingan diantara bisnis jasa kurir barang dan jasa seperti JNE, J&T, TIKI, Sicepat, dll. Hal ini juga ditandai dengan adanya respon pelanggan pada kepercayaan Kantor Pos Belakang Padang. Seperti yang

dikatakan oleh (Risnawati, 2023) kepuasan pelanggan berkaitan dengan pelayanan dan juga beberapa faktor lainnya. Pelanggan akan menilai manfaat yang didapat dari yang diberikan perusahaan, sehingga tidak hanya satu pihak yang diuntungkan saja.

Adapun faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan yakni kepercayaan. PT Pos Indonesia Belakang Padang masih perlu memperbaiki kepercayaan pelanggan. Konsumen telah membayar paket pengiriman namun resi tidak diterima dan paket belum terkirim karena konsumen diminta menunggu beberapa hari kemudian. Pelanggan meminta untuk dipacking kayu untuk pengirimannya dan telah membayar lebih tetapi dari pihak kantor POS memberikan resi dengan dua kali pembayaran untuk packing kayunya, sehingga barang yang dikirimkan rusak. Kantor POS Belakang Padang tidak ada tempat suara pengaduan pelanggan serta fitur lainnya untuk menampung keluhan pelanggan. Sehingga, keluhan pelanggan kantor POS Belakang Padang langsung diarahkan ke *customer service* pusat.

Dilihat dari kasus yang terdapat di atas diketahui bahwa adanya kekecewaan yang mengakibatkan penurunan nilai pelanggan terhadap kantor POS. Pelanggan merasa khawatir akan menitipkan barangnya untuk dapat dikirim melalui kantor POS. Seperti yang dilihat pada tabel 1.1 yang dikutip bahwa adanya keterlambatan pengiriman barang dan tanggapan yang tidak memuaskan. Dari issue yang terjadi ini, memengaruhi hubungan yang terjadi diantara konsumen dengan kantor POS, perlunya peningkatan pelayanan jasa dan pengiriman. Adanya harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan agen pengiriman lainnya, membuat nilai pelanggan

terhadap kantor POS Belakang Padang tidak senang serta tidak memenuhi kebutuhan pelanggan. hal ini dapat dilihat dari data nilai pelanggan berikut:

Tabel 1. 1 Data Laporan Nilai Pleanggan terhadap Keluhan Masyarakat Pengguna Layanan Kantor POS Belakang Padang

| Jenis Keluhan | Jun-22 | Jul-22 | Aug-22 | Sep-22 | Oct-22 | Nov-22 | Dec-22 | Jan-23 | Feb-23 |
|---------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Lamanya Pengiriman Sampai | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 2 |
| Kerusakan Barang | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 6 | 4 |
| Lambatnya transaksi | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 3 | 4 | 2 | 5 |
| Total | 7 | 8 | 8 | 8 | 7 | 10 | 9 | 13 | 11 |

Sumber: Kantor POS belakang Padang, 2023.

Dari hasil yang terlihat pada tabel terlihat bahwa adanya nilai pelanggan terhadap jenis keluhan yang meningkat di setiap bulannya. Terlihat bahwa kasus tertinggi pada bulan Januari 2023 sebanyak 13 kasus yang terdiri dari 5 keluhan pengiriman sampai ditujuan, 6 keluhan kerusakan barang seperti penyok, kemasan terbuka dan bahkan ada yang berkurang isinya. 2 keluhan lanbatnya transaksi di kantor POS Belakang Padang. Hal ini merupakan penilaian yang kurang baik terjadi di kantor POS Belakang Padang sehingga konsumen tidak mendapatkan manfaat dari menggunakan jasa.

Adapun yang memengaruhi dari kepuasan pelanggan berikutnya ialah citra perusahaan. Kini banyak jasa kurir yang menjadi dominan dan banyak menyediakan jasa antar kirim barang yakni JNE, J&T, TIKI, DHL, Si cepat, dll. Di kangtor POS Belakang padang adanya jasa kurir lain seperti JNE, Kurir angkutan Belakang Padang yang terbilang lebih cepat dan dikenal, hal ini membuat pelanggan berpaling dan tidak kembali menggunakan jasa kantor POS. Ini sangat

berpengaruh untuk dapat memperbaiki citra perusahaan agar tidak ketinggalan dari perusahaan jasa kurir lainnya yang lebih modern. Hal ini dibuktikan dari survey TOP Brand index jasa kurir:

Tabel 1. 2 TOP Brand Index Jasa Kurir Fase II

| TOP Brand Jasa Kurir | | |
|----------------------|--------|-----|
| Brand | TBI | |
| JNE | 39,30% | TOP |
| J&T | 23,10% | TOP |
| TIKI | 11,10% | TOP |
| POS Indonesia | 8,50% | |
| DHL | 6,90% | |

Sumber: www.topbrand-award.com

Dari tabel index diatas maka diketahui bahwa brand teratas diduduki oleh jasa kurir JNE dengan 39,30%. Brand kedua diduduki oleh J&T sebesar 23,10% dan TIKI menduduki TOP brand ke tiga yang turun cukup signifikan yakni 11,10%. Namun, POS indonesia tidak dapat meraih TOP Brand karena berada di posisi ke empat hanya mendapat nilai index 8,50%. Hal ini menunjukkan bahwa kantor POS Indonesia belum mudah dikenali dan masih terbilang kurang baik di kalangan masyarakat.

Berdasarkan hasil pra survey yang dilakukan peneliti terkait kepercayaan, nilai pelanggan dan citra perusahaan dilaksanakan pada 30 pelanggan di Kantor Pos Belakang Padang sesuai dengan indikatornya. Dari indikator kepercayaan yakni kemampuan, kebaikan hati dan integritas (Rini Rahmadhana & Ekowati, 2022) maka peneliti membuat kuesioner dan dijawab pelanggan Kantor Pos Belakang Padang sebagai berikut:

Tabel 1. 3 Pra Survey Kepercayaan

| No | Pernyataan | Setuju | Tidak Setuju |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------------|
| 1 | Saya merasa fitur yang ada pada Kantor Pos Belakang Padang sangat membantu | 26,67% | 73,33% |
| 2 | Saya percaya penjual yang ada di Kantor Pos Belakang Padang telah memberikan informasi tentang produk kepada konsumen dengan benar | 33,3% | 66,7% |
| 3 | Saya percaya bahwa Kantor Pos Belakang Padang memenuhi tanggung jawabnya kepada pelanggan apabila ada barang yang rusak/tidak sesuai dengan pesanan. | 46,7% | 53,3% |

Sumber: Data Penelitian, 2023.

Pada tabel 1.3 diatas terlihat pada pernyataan pertama “Saya merasa fitur yang ada pada Kantor Pos Belakang Padang sangat membantu “ menyatakan setuju sebanyak 26,7% dan tidak setuju sebanyak 73,3%. Kemudian pada pernyataan kedua diketahui hasil responden sebanyak 33,3% dan tidak setuju 66,7%. Pada pernyataan ketiga yang menyatakan setuju sebanyak 46,7% dan tidak setuju 53,3%. Dari hasil pra survey ini terlihat dominan pada pernyataan tidak setuju, maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan pada masyarakat terhadap Kantor Pos Belakang Padang masih terbilang sangat kurang karena adanya keluhan yang terjadi. Salah satunya dari sisi pengiriman paket yang dipercayakan menggunakan jasa Kantor Pos Kilat namun pengiriman barang lewat dari estimasi yang ditentukan saat transaksi dan adanya pelayanan yang dirasa kurang terpecaya.

Berikutnya pada pra survey nilai pelanggan berdasarkan dengan indikatornya yakni nilai emosional, nilai sosial dan nilai kualitas oleh (Rahmadhani

dkk., 2019) yang di lakukan pada 30 pelanggan di Kantor Pos Belakang Padang berikut:

Tabel 1. 4 Pra Survey Nilai Pelanggan

| No | Pernyataan | Setuju | Tidak Setuju |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------------|
| 1 | Saya merasa senang menggunakan jasa Kantor Pos Belakang Padang | 46,7% | 53,3% |
| 2 | Kantor Pos Belakang Padang dapat memenuhi kebutuhan social saya | 36,7% | 63,3% |
| 3 | Saya mendapatkan manfaat dari jasa Kantor Pos Belakang Padang yang sesuai dengan pengeluaran saya | 40,0% | 60,0% |

Sumber: Data Penelitian, 2023.

Dari tabel 1.4 terlihat bahwa pernyataan pertama yang berbunyi “Saya merasa senang menggunakan jasa Kantor Pos Belakang Padang” hasil 30 responden menjawab setuju sebesar 46,7% dan yang tidak setuju 53,3%. Pada pernyataan kedua “Kantor Pos Belakang Padang dapat memenuhi kebutuhan social saya” didapat hasil responden setuju yakni 36,7% dan tidak setuju 63,3%. Dan yang terakhir pada pernyataan ketiga “Saya mendapatkan manfaat dari jasa Kantor Pos Belakang Padang yang sesuai dengan pengeluaran saya” hasil jawaban setuju sebesar 40,0% sedangkan jawaban responden tidak setuju sebesar 60,0%. Hasil yang cenderung dominan pada pernyataan adalah tidak setuju yang terbukti adanya permasalahan pada nilai pelanggan.

Berikutnya pada pra survey citra pelanggan berdasarkan dengan indikatornya yakni mudah dikenal, reputasi yang baik dan selalu diingat oleh (Rahmadhani dkk., 2019) yang di lakukan pada 30 pelanggan di Kantor Pos Belakang Padang berikut:

Tabel 1. 5 Pra Survey Citra Pelanggan

| No | Pernyataan | Setuju | Tidak Setuju |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------------|
| 1 | Saya lebih nyaman menggunakan jasa Kantor Pos Belakang Padang karena mudah dikenal | 40,0% | 60,0% |
| 2 | Saya merasa nyaman menggunakan jasa Kantor Pos Belakang Padang karena sudah dikenal baik di masyarakat | 43,3% | 56,7% |
| 3 | Saya akan selalu menggunakan jasa Kantor Pos Belakang Padang karena saya selalu ingat | 23,3% | 76,7% |

Sumber: Data Penelitian, 2023.

Dari tabel 1.5 terlihat bahwa pernyataan pertama hasil 30 responden menjawab setuju sebesar 40,0% dan yang tidak setuju 60,0%. Pada pernyataan kedua didapat hasil responden setuju yakni 43,3% dan tidak setuju 56,7%. Dan yang terakhir pada pernyataan ketiga hasil jawaban setuju sebesar 23,3% sedangkan jawaban responden tidak setuju sebesar 76,7%. Hasil yang cenderung dominan pada pernyataan adalah tidak setuju yang terbukti adanya permasalahan pada citra perusahaan pada Kantor Pos Belakang Padang

Berikutnya pada pra survey kepuasan pelanggan berdasarkan dengan indikatornya yakni kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan oleh (Sinta, 2021) yang di lakukan pada 30 pelanggan di Kantor Pos Belakang Padang berikut:

Tabel 1. 6 Pra Survey Kepuasan Pelanggan

| No | Pernyataan | Setuju | Tidak Setuju |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------------|
| 1 | Pelayanan di Kantor Pos Belakang Padang sesuai dengan harapan yang saya inginkan | 36,7% | 63,3% |
| 2 | Saya merasa senang dengan pelayanan di Kantor Pos Belakang Padang dan akan menggunakan kembali jasa | 50,0% | 50,0% |
| 3 | Saya merasa puas dan akan merekomendasikan ke kerabat dan teman saya lainnya untuk menggunakan jasa Kantor Pos Belakang Padang | 33,3% | 66,7% |

Sumber: Data Penelitian, 2023.

Dari tabel 1.6 terlihat bahwa pernyataan pertama yang berbunyi “Pelayanan di Kantor Pos Belakang Padang sesuai dengan harapan yang saya inginkan” hasil 30 responden menjawab setuju sebesar 36,7% dan yang tidak setuju 63,3%. Pada pernyataan kedua “Saya merasa senang dengan pelayanan di Kantor Pos Belakang Padang dan akan menggunakan kembali jasa” didapat hasil responden setuju yakni 50,0% dan tidak setuju 50,0%. Dan yang terakhir pada pernyataan ketiga “Saya merasa puas dan akan merekomendasikan ke kerabat dan teman saya lainnya untuk menggunakan jasa Kantor Pos Belakang Padang” hasil jawaban setuju sebesar 33,3% sedangkan jawaban responden tidak setuju sebesar 66,7%. Hasil yang cenderung dominan pada pernyataan adalah tidak setuju yang terbukti adanya permasalahan pada kepuasan pelanggan pada Kantor Pos Belakang Padang.

Atas permasalahan yang terjadi diatas, maka penulis menetapkan judul **“Pengaruh Kepercayaan, Nilai Pelanggan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kantor Pos Belakang Padang”**.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Adanya permasalahan barang rusak yang membuat kecewa pelanggan terhadap kantor POS Indonesia
2. Adanya keluhan terhadap nilai pelanggan yang dirasa masih sangat buruk terhadap pelayanan dan fasilitas kantor POS Belakang Padang
3. Adanya pesaing jasa kurir lainnya yang jauh lebih diminati pelanggan karena lebih cepat dan dikenal di kalangan masyarakat terbukti di TOP Brand Index jasa kurir.
4. Adanya fluktuasi yang tidak stabil dari jumlah pelanggan kantor POS Indonesia karena semakin banyaknya saingan bisnis.

1.3 Batasan Masalah

1. Penelitian akan dibatasi pada variabel kepercayaan, nilai pelanggan, dan citra perusahaan pada variabel bebas. Kepuasan pelanggan pada variabel terikat.
2. Objek yang diteliti pada pelanggan kantor POS Indonesia di daerah Belakang Padang

1.4 Rumusan Masalah

Hasil survey permasalahan diatas, maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kepercayaan memengaruhi kepuasan pelanggan pada kantor POS Belakang Padang?
2. Apakah nilai pelanggan memengaruhi kepuasan pelanggan pada kantor POS Belakang Padang?

3. Apakah citra perusahaan memengaruhi kepuasan pelanggan pada kantor POS Belakang Padang?
4. Apakah kepercayaan, nilai pelanggan dan citra perusahaan memengaruhi kepuasan pelanggan pada kantor POS Belakang Padang?

1.5 Tujuan Penelitian

Berikut berdasarkan rumusan masalah diatas:

1. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada kantor POS Belakang Padang.
2. Untuk mengetahui pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada kantor POS Belakang Padang.
3. Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan pada kantor POS Belakang Padang.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, nilai pelanggan, dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan pada kantor POS Belakang Padang

1.6 Manfaat Penelitian

Berikut manfaat penelitian yang diharapkan untuk semua pihak yang berkaitan:

1. Manfaat Teoritis

Dalam meningkatkan wawasan maka peneliti diharapkan untuk mengetahui kegiatan dari perusahaan yaitu: kepercayaan, nilai pelanggan dan citra perusahaan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan itu sendiri.

2. Manfaat Praktis

Studi ini bertujuan untuk menyampaikan pengaruh bagi pihak yang berkepentingan terhadap variabel. Bagi perusahaan dapat digunakan untuk mendorong semangat pada kantor POS Belakang Padang dan mempertimbangkan keputusan – keputusan yang akan diambil seperti mempertimbangkan kepercayaan, nilai pelanggan dan citra perusahaan dalam memutuskan untuk mengembangkan tingkat kepuasan pelanggan. Bagi peneliti lain, di harapkan dapat bermanfaat sebagai referensi dan penelitian berikutnya.