

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Perubahan dan perkembangan di bidang teknologi memberi dampak yang cukup besar pada bidang perekonomian. Salah satu perkembangan teknologi tersebut adalah perkembangan akan jasa pengiriman dan penerimaan barang yang bisa dilakukan dengan cepat, mudah dan aman. Sehingga dengan meningkatnya perkembangan teknologi, maka kebutuhan dalam jasa pengiriman barang akan semakin meningkat.

Sektor jasa mengalami pertumbuhan tinggi selama beberapa tahun terakhir. Rata-rata pertumbuhan sektor jasa selama delapan tahun terakhir mencapai 7,05% per tahun (bisnis.com, 2018). Pada saat ini jasa pengiriman menjadi kebutuhan masyarakat yang menciptakan sebuah peluang bisnis yang menguntungkan, hal ini bisa dilihat dari banyaknya jumlah perusahaan dalam bidang jasa pengiriman yang membesar atau sukses. Perusahaan dalam jasa pengiriman barang juga semakin marak pada saat ini, dikutip dari (kontan.co.id) Potensi pertumbuhan bisnis jasa kurir dan logistic bisa mencapai 30%. Penyebabnya tak lain dari semakin maraknya pertumbuhan bisnis *online*.

Salah satunya perusahaan dalam bidang pengiriman jasa yang di Indonesia adalah PT. Pos Indonesia yang merupakan sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) juga merupakan badan usaha bergerak dalam bidang jasa yang sudah lama berdiri melayani pengiriman barang paket, uang serta surat. Di lihat dari kebutuhan masyarakat atas kemudahannya dalam pengiriman barang antara jarak jauh maupun dekat,

maka diperlukannya jasa pelayanan yang terpercaya, tepat dan cepat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan pelayanan jasa.

Jasa pengiriman paket mempunyai prospek yang begitu baik akan tetapi sebagian besar pangsa pasar jasa pengiriman paket didominasi oleh perusahaan jasa swasta, mendorong persepsi, motivasi dan sikap konsumen agar bisa menghasilkan produk/jasa yang mempunyai daya saing tinggi didalam usaha memenangkan pangsa pasar. timbulnya para pesaing akan memberikan pengaruh pada PT. Pos Indonesia. Sehingga dalam hal pengiriman paket yang perlu diperhatikan yaitu, untuk selalu meningkatkan kepercayaan konsumen, karakteristik pelayanan dan kualitas pelayanan untuk mencapai kepuasan konsumen di PT. Pos Indonesia yang ada di Surabaya Pusat.

Di dalam bisnis jasa pengiriman terdapat juga sebuah transaksi, yang berarti transaksi bisnis antara dua pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing saling mempercayai satu sama lain (Rahmawati 2016:3). Sehingga sebelum adanya suatu transaksi antara dua belah pihak maka seharusnya terlebih dahulu ada komitmen yang tercapai sehingga mewujudkan sebuah transaksi, yang terutama adalah rasa kepercayaan suatu konsumen. Oleh sebab itu PT. Pos Indonesia dianjurkan menciptakan sebuah kepercayaan dalam konsumen atas jasa yang akan di tawarkan sehingga konsumen merasa aman dan puas ketika melakukan transaksi kepada pihak PT. Pos Indonesia. Maka permasalahan yang diambil dari segi kepercayaan adalah apakah PT. Pos Indonesia sudah dengan sangat baik untuk menciptakan suatu kepercayaan terhadap pelanggan, karena sebuah kepercayaan konsumen didalam sebuah bisnis jasa

pengiriman barang seharusnya sangat di perhatikan sehingga dengan itu konsumen jasa akan merasa aman dengan barang yang akan di kirim melalui PT. Pos Indonesia tersampaikan dengan baik, cepat dan tepat oleh estimasi waktu yang telah ditentukan.

Berbicara tentang pengiriman jasa, yang perlu di perhatikan tidak hanya dalam hal kepercayaan, tapi juga dalam hal pelayanan yang baik. Pelayanan memiliki beberapa karakteristik yang membedakan dengan aspek aspek lainnya. Fitzsimmons dalam Arry (2015) menyatakan adanya empat karakteristik pelayanan yaitu partisipasi pelanggan dalam proses pelayanan, pelayanan langsung digunakan dan habis, tidak berwujud, dan beragam.

Memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen menjadi tolak ukur keberhasilan bagi sebuah perusahaan. Maka Jika PT. Pos Indonesia bisa memenuhi apa yang dibutuhkan oleh pelanggan dalam kualitas pelayanan yang diberikan, akan dapat memberikan nilai lebih bagi perusahaan PT. Pos Indonesia. Dalam hal tersebut mendefinisikan bahwa kepedulian pada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya dikemukakan oleh Barata (2001:27).

Dengan banyaknya pesaing perusahaan jasa pengiriman barang PT. Pos Indonesia harus memperhatikan secara detail apa yang akan dibutuhkan pelanggan, sehingga pelanggan merasa puas dengan jasa pengiriman barang yang di tawarkan oleh PT. Pos Indonesia. Salah satu yang harus diperhatikan adalah kualitas pelayanan yang diberikan PT. Pos Indonesia kepada pelanggan, karena kebanyakan perusahaan besar yang sudah mempunyai banyak cabang

terkadang melalaikan dalam segi kualitas pelayanan, sehingga permasalahan yang akan diambil yaitu apakah perusahaan PT. Pos Indonesia bisa mempertahankan atau memaksimalkan kualitas pelayanan untuk diberikan kepada konsumen jasa dan menimbulkan rasa kepuasan tersebut.

“Tingkat kepuasan pelanggan sangat tergantung pada mutu suatu produk. Dalam pengertian ini produk bisa berarti barang atau jasa” dikutip dari Supranto (2011). Konsumen yang merasa puas akan membantu perusahaan PT. Pos Indonesia untuk mendapat keuntungan dari segi pembelian berulang dan juga konsumen akan memberikan komentar positif kepada pihak lain terhadap PT. Pos Indonesia, karena jika tidak terciptanya sebuah kepuasan maka konsumen bisa meninggalkan PT. Pos Indonesia dan menjadi konsumen pesaing. Perihal ini bisa menyebabkan penurunan penjualan dan menurunkan laba sehingga menyebabkan kerugian.

PT. Pos Indonesia mempunyai konsumen cukup banyak pada saat ini dan kebanyakan dari konsumen PT. Pos Indonesia mengeluh atas keterlambatan penyampaian barang dan ketidak cekatannya PT. Pos Indonesia merespon keluhan online pelanggan dalam situs resmi PT. Pos Indonesia atau web pos yang tidak update, PT. Pos Indonesia juga dinilai menimbulkan rasa kecewa pelanggan atas pengaduan yang harus dilakukan secara berulang-ulang sehingga bisa mendapatkan balasan terkait paket yang dikirim ataupun yang di terima. Banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengiriman barang. Sebab di lansir dari lapor.go.id salah satu konsumen mengalami keluhan berupa keterlambatan pengiriman barang, kemudian yang melaporkan keluhan mendatangi CS akan tetapi CS tidak merespon dengan baik (lapor.go.id, 2016). Dengan hal itu PT.

Pos Indonesia harus memberikan kualitas pelayanan dengan memahami karakteristik pelayanan dan menciptakan kepercayaan sehingga menimbulkan rasa kepuasan terhadap konsumen.

Berdasarkan penjabaran kendala-kendala di atas, maka penulis ingin melakukan penelitian dengan judul, **“Pengaruh Kepercayaan, Karakteristik Pelayanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor Pos Surabaya Pusat”**.

### **1.2. Rumusan Masalah**

1. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen kantor pos Surabaya Pusat?
2. Apakah karakteristik Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen kantor pos Surabaya Pusat?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen kantor pos Surabaya Pusat?
4. Apakah kepercayaan, kualitas pelayanan dan karakteristik pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen kantor pos Surabaya Pusat?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan konsumen kantor pos Surabaya Pusat.
2. Untuk mengetahui pengaruh karakteristik pelayanan terhadap kepuasan konsumen kantor pos Surabaya Pusat.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kantor pos Surabaya Pusat.

4. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, karakteristik pelayanan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kantor pos Surabaya Pusat.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan ide baru untuk memperkaya wawasan dan memberikan kontribusi dalam pengembangan teori, dalam hal kepercayaan, kualitas pelayanan dan karakteristik pelayanan. Sehingga hasil penelitian ini akan memperjelas keterkaitan antara variable tersebut.

2. Manfaat praktisi

- 1) Bagi penulis

Dengan ini penulis dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan dengan menerapkan ilmu yang telah diperoleh untuk dibandingkan dalam perkuliahan atau teori dalam hal yang terjadi di lapangan.

- 2) Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan bisa diambil sebagai bahan pertimbangan dan masukan dalam mengembangkan kebijakan perusahaan, khususnya yang berhubungan dengan kepercayaan karakteristik pelayanan dan kualitas pelayanan.