

## **Bab I      Pendahuluan**

Bab I berisi tentang latar belakang masalah yang menjadi dasar pelaksanaan penelitian ini. Pada bab ini dibuat rumusan masalah yang menjadi pertanyaan mengenai informasi apa yang ingin diperoleh dari penelitian yang dilakukan. Selain itu juga terdapat tujuan penelitian yang menjadi target yang ingin dicapai dalam penelitian. Dari tujuan penelitian akan diperoleh manfaat penelitian yang merupakan efek positif yang dirasakan peneliti ataupun perusahaan dari pencapaian tujuan penelitian. Terdapat juga batasan penelitian masalah yang akan membantu peneliti dalam membuat masalah menjadi lebih spesifik dan jelas.

### **I.1    Latar Belakang**

Perkembangan era globalisasi di segala bidang memberikan dampak pada perkembangan ekonomi Indonesia. Perkembangan ekonomi tersebut diiringi pula oleh tingginya tingkat mobilitas penduduk, lalu lintas uang dan barang dalam arus perdagangan serta semakin pesatnya pertarungan bisnis. Hal yang tidak kalah pentingnya dalam perkembangan era globalisasi saat ini adalah kebutuhan akan jasa pengiriman barang. Banyaknya penduduk yang saling mengirim barang dari tempat yang jauh membuat jasa ini menjadi sangat penting. Hal ini tentu sudah menjadi peluang bisnis yakni bisnis pengiriman dan penerimaan paket barang. Sebagaimana kita ketahui, sampai saat ini banyak bermunculan jasa pengiriman barang swasta, sedangkan jasa pengiriman pemerintah dari dahulu sampai sekarang hanya satu, yaitu PT Posindo (Persero).

Pos Indonesia adalah BUMN yang menyediakan layanan komunikasi, keuangan, dan logistik di Indonesia. Pemerintah Indonesia melalui Undang-Undang No.6 tahun 1984 tentang Pos dan Peraturan Pemerintah No. 37 tahun 1985 tentang Penyelenggaraan Pos menugaskan kepada PT Posindo (Persero) untuk melaksanakan Kewajiban Pelayanan Umum Bidang Pos. Dengan visi *“Integrated mail, logistik & financial services infrastructure (2009-2010), Indonesia’s leader in the mail logistiks & financial services (2011 – 2013), dan ASEAN Champion of*

*Post Industries* (2014 – 2018)”. Serta misi “Pos Indonesia menyediakan solusi handal dalam *mail*, logistik dan jasa keuangan dengan menggunakan jejaring bisnis dan infrastruktur terluas dan terpadu serta mengembangkan hubungan kolaboratif.”, PT Posindo (Persero) mencoba memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggannya.

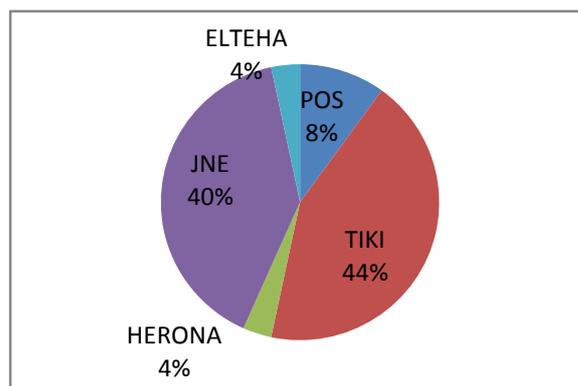
Undang-undang No.38 tahun 2009 tentang Pos, pasal 4 menyatakan; pada Ayat (1) Penyelenggaraan Pos dilakukan oleh badan usaha yang berbadan hukum Indonesia; pada Ayat (2) Badan usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) terdiri atas: (a) badan usaha milik negara; (b) badan usaha milik daerah; (c) badan usaha milik swasta; dan (d) koperasi. Dengan diberlakukannya undang-undang ini maka monopoli dan hak eksklusivitas untuk layanan universal yang selama ini dipegang PT Posindo telah dihapus, persaingan sepenuhnya diserahkan kepada mekanisme pasar. Namun pasal 50 UU No.38 tahun 2009 tentang Pos menyatakan, untuk menjamin kesinambungan layanan Pos Universal, penugasan pelaksana layanan Pos Universal tetap dilakukan oleh badan usaha milik negara yang telah ditugaskan oleh Pemerintah saat ini sampai jangka waktu paling lama 5 (lima) tahun, dan pada Pasal 51: Untuk mempersiapkan badan usaha milik negara dalam menghadapi pembukaan akses pasar, perlu dilakukan upaya penyehatan yang harus diselesaikan dalam jangka waktu paling lama 5 (lima) tahun.

Banyak upaya yang dilakukan PT Posindo untuk dapat mempertahankan konsistensinya dan untuk dapat bersaing dengan kompetitor-kompetitor swasta yang bermunculan. Namun, Direktur Utama PT Posindo, I Ketut Mardjana, mengungkapkan bahwa hilangnya hak monopoli pada PT Posindo berdampak pada kinerja keuangan PT Posindo sehingga sulit untuk merealisasikan target pendapatan tahun ini target omset senilai Rp 3,1 triliun, dimana 70% dari target omset ditopang dari laba surat dan paket sedangkan sisanya berasal dari jasa keuangan dan logistik. Namun, hingga September 2010 belum tercapai. Dalam hal laba untuk daerah Jawa Barat, PT Posindo mencanangkan keuntungan sejumlah Rp.107 miliar, namun sampai Agustus laba yang dibukukan sekitar Rp.16 miliar. Target pendapatan di bidang logistik sendiri adalah

**Rp.294.000.000.000,-**. Sedangkan berdasarkan data penjualan dari paket Pos Bandung sampai Oktober 2010 adalah **Rp.11.717.000.000,-**. Pendapatan ini tentu sangat jauh dari target di tahun 2010.

Melihat kondisi tersebut tentu PT Posindo harus melakukan peningkatan kinerja. Tidak terkecuali pada bisnis logistik. Jasa pengiriman paket Pos yang ditangani oleh bidang logistik PT Posindo harus dapat berkompetisi dengan bisnis kurir swasta lainnya untuk dapat memegang pasar.

Berdasarkan hasil *interview* yang saya lakukan kepada 30 orang yang pernah menggunakan jasa pengiriman paket menyatakan lebih memilih jasa pengiriman paket swasta dibandingkan PT Pos. Berikut persentase prioritas responden terhadap pemilihan jasa kurir :

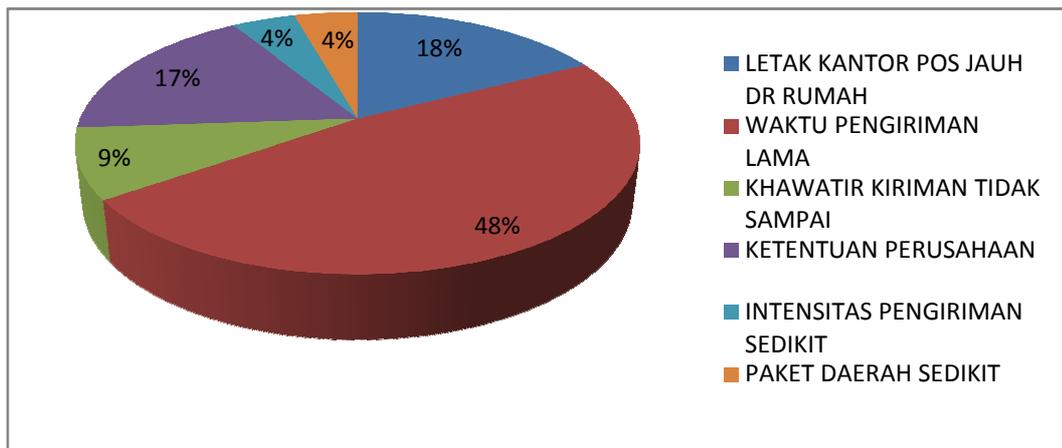


Gambar I-0-1 Persentase pemilihan jasa kurir

Dari Gambar I-1 dapat kita lihat bahwa 44% orang yang di *interview* lebih memilih TIKI untuk jasa pengiriman paket, disusul dengan perusahaan rekanannya JNE yaitu sebesar 40%. Sedangkan hanya 4% dari orang yang di *interview* masing-masing lebih memilih ELTEHA dan HERONA. Untuk PT Pos hanya memperoleh 8 % dari total responden. Persentase pemilihan paket Pos yang sangat jauh ini karena kesan “kuno” pada pelayanan paket Pos yang masih menempel pada benak masyarakat. *Modernisasi* yang telah dilakukan PT Pos seperti layanan *web* dan *customer service* yang mampu mengetahui keberadaan paket pelanggan, belum diketahui oleh masyarakat. Kurangnya informasi

mengenai modernisasi pelayanan Pos membuat masyarakat yang sudah terbiasa menggunakan jasa pengiriman paket swasta tidak ingin berpindah menggunakan paket Pos.

Dari 92 % responden yang tidak memilih pengiriman jasa paket Pos, terdapat persentase alasan mereka untuk tidak lebih memilih PT Posindo dibanding jasa pengiriman swasta lain, yaitu :



Gambar I-2 Alasan pelanggan tidak memilih paket Pos

Dari gambar I-2 dapat diketahui bahwa 48% peserta *interview* mengatakan bahwa penyebab mereka tidak menggunakan paket Pos karena waktu pengiriman yang lama, 18% karena letak kantor pos yang jauh dari rumah, 17% ketentuan perusahaan yang mengharuskan menggunakan paket swasta tertentu, 9% karena adanya kekhawatiran paket tidak sampai, dan 4% masing-masing karena intensitas pengiriman paket ke daerah tujuan yang sedikit dan tujuan pelayanan daerah yang sedikit.

Berikut ini penulis lampirkan *Service Level Guarantee* (SLG) dan harga dari layanan pengiriman paket pos pada Tabel 1.1 dan Tabel 1.2 :

Tabel 1.1 *Service Level Guarantee*

<b>Area</b>	<b>PPB (Paket Biasa)</b>	<b>PPKH (Paket Kilat Khusus)</b>
A.Lokal /dalam kota	H+2	H+1
B. Luar Kota/ Jawa Barat	H+4	H+3
C. Antar Provinsi		H+3
1. Jawa (Jateng,Jatim)	H+6	H+3
2. Sumatra,Kalimantan, NTT,NTB	H+11	H+7
3. Sulawesi,Maluku,Papua	H+30	H+14

Sumber: WTKP PPDN ( Surat Dirjen Postel No. 267/Dirjen/2008 Tgl. 3 Desember 2008)

Tabel 1.2 Tarif Harga Paket Kilat Khusus

<b>Area</b>	<b>Tarif per kg</b>
A.Lokal /dalam kota	Rp. 10.000
B. Luar Kota/ Jawa Barat	Rp. 14.500
C. Antar Provinsi	
4. Jawa (Jateng,Jatim)	Rp. 13.000
5. Sumatra,Kalimantan, NTT,NTB	Rp. 18.000
6. Sulawesi,Maluku,Papua	Rp. 44.500

Dari Tabel 1.1 dan Tabel 1.2 dapat dijadikan tolak ukur dari lamanya waktu pengiriman paket pos yang dialami pelanggan melebihi *Service Level Guarantee* (SLG) yang ada. Sehingga menyebabkan masyarakat lebih memilih menggunakan paket swasta dibandingkan layanan paket Pos.

Dari persepsi pelanggan dan prioritas pemilihan pelanggan tersebut, maka dapat terlihat bahwa orang yang pernah menggunakan jasa pengiriman paket Pos dan Swasta, lebih memilih untuk menggunakan jasa swasta dibandingkan Pos. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka dibutuhkan sebuah pengembangan

kualitas layanan pengiriman paket Pos secara mendetail dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment (QFD)*. Pemilihan metode ini dikarenakan QFD merupakan *customer based*, sehingga akan lebih memberi kepuasan kepada pelanggan terhadap layanan yang ingin dikembangkan. Sebagaimana idealnya sebuah produk memang harus mengalami perbaikan secara bertahap sekalipun produk tersebut telah dihasilkan secara sempurna (Ulrich, 1995).

## **I.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan yang telah disebut di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Atribut apa saja yang menjadi kebutuhan masyarakat terhadap layanan pengiriman paket Pos?
2. Bagaimana tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja layanan pengiriman paket Pos dan pesaingnya?
3. Bagaimana rancangan konsep pengembangan produk yang dapat dibuat untuk meningkatkan kualitas layanan paket Pos?

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui atribut apa saja yang menjadi kebutuhan masyarakat terhadap layanan pengiriman paket Pos.
2. Mengetahui tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja layanan pengiriman paket Pos dan pesaingnya.
3. Merancang konsep pengembangan produk yang dapat dibuat untuk meningkatkan kualitas layanan paket Pos.

#### **I.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini diantaranya adalah:

1. Memberi informasi kepada PT Posindo tentang pandangan masyarakat terhadap layanan pengiriman paket Pos.
2. Sebagai bahan pertimbangan bagi PT Posindo dalam melakukan pengembangan terhadap layanan Paket Pos.
3. Sebagai informasi bagi pihak-pihak yang ingin melakukan pengembangan lebih lanjut terhadap penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini.

#### **I.5 Batasan Penelitian**

Batasan masalah penelitian ini adalah :

1. Data yang digunakan pada pengolahan data diambil sampai bulan Juni 2011.
2. Penelitian ini tidak membahas teknologi yang diterapkan secara detail.

#### **I.6 Sistematika Penulisan**

Penelitian ini diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

##### **Bab 1 Pendahuluan**

Pada bab ini berisi uraian mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penulisan.

##### **Bab II Landasan Teori**

Pada bab ini berisi literatur yang relevan dengan permasalahan yang diteliti dan dibahas pula hasil-hasil penelitian terdahulu. Bab ini juga membahas hubungan antar konsep yang menjadi kajian penelitian dan uraian kontribusi penelitian.

### **Bab III Metodologi Penelitian**

Pada bab ini dijelaskan langkah-langkah penelitian secara rinci meliputi: tahap merumuskan masalah dan tujuan penelitian, melakukan studi lapangan dan literatur, identifikasi kebutuhan data, penentuan metode pengumpulan data dan mengumpulkan data, mengelompokkan atribut kebutuhan, pembuatan matriks *Klein Grid*, merancang HoQ, membuat *Matriks Part Deployment*, menganalisis dan memberikan rekomendasi terhadap layanan paket Pos, lalu menarik kesimpulan dan saran dari penelitian yang dilakukan.

### **Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data**

Pada bab ini dijelaskan mengenai proses pengumpulan data mulai dari pengumpulan VoC, desain kuesioner dan penyebaran kuesioner ke responden. Dari data yang telah terkumpul dilakukan pengolahan data dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD). Mulai dari pembuatan *House of Quality* (HoQ) dan matriks *part deployment*. Sehingga diperoleh prioritas pengembangan layanan yang harus dilakukan.

### **Bab V Analisis Data**

Pada bab ini dilakukan analisis terhadap hasil dari pengolahan data yang telah dilakukan pada bab IV. Analisis dilakukan berdasarkan alasan-alasan pemberian nilai pada *goal*, keterkaitan antar karakteristik teknis, dan analisis *sales point*. Selain itu juga dilakukan analisis terhadap hasil dari prioritas pengembangan layanan yang terpilih. Pada analisis data juga dilakukan pemberian usulan pengembangan layanan paket pos.

### **Bab VI Kesimpulan dan Saran**

Pada bab ini dijelaskan mengenai kesimpulan penelitian terhadap pengembangan layanan paket pos dan juga pemberian saran terhadap paket pos selaku objek penelitian serta saran untuk penelitian selanjutnya.