

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Kantor Pos Padang Panjang



Gambar 1. 1 Logo Kantor Pos Indonesia

Kantor Pos Padang Panjang adalah salah satu cabang PT. Pos Indonesia yang berada di Kota Padang Panjang Dan dengan berkembangnya jaman, Pos Indonesia selalu meningkatkan layanannya seperti menjadi layanan pengiriman terpercaya, menjadi kekuatan logistik dan *E-Commerce* Indonesia, mendukung kemudahan akses finansial dan menjadi inovator digital.

Hingga tahun 2019 Pos Indonesia melakukan terobosan baru dalam mengantisipasi era perubahan zaman sebagai bentuk memperkuat layanan dan untuk memberikan kemudahan kepada anggota maupun konsumen Pos Indonesia, yaitu mengeluarkan Pos Giro Mobile sebagai alat pembayaran online atau bisa disebut juga *e-money*. Selain itu pos indonesia juga memiliki tim baru yang khusus untuk menjadi *sales* penjualan yang bernama Oranger Mobile, dengan mitra tersebut pos indonesia mengharapkan bauran promosi nya menjadi lebih luas dan meningkatkan pendapat Pos Indonesia

1.1.1 Profil Perusahaan

Kantor Pos Padang Panjang merupakan salah satu cabang PT. Pos Indonesia yang tersebar di setiap kota/kabupaten di indonesia, dan Kantor Pos Padang Panjang mempunyai beberapa cabang juga di kabupaten batusangkar. Kantor Pos Padang Panjang pun mempunyai tim

pemasaran khusus yang diberi nama Orange Mobile, Mereka bertugas untuk memasarkan produk dari Pos Indonesia dan mempunyai lingkup penjualan yaitu pemasaran serta penjualan produk jasa kurir pada segmen ritel seperti online shop yang menggunakan pengiriman paket yakni jasa Pos Express dengan batas waktu pengiriman maksimal H+1 dan Pos Kilah Khusus dengan jarak tempuh 2 hari untuk di dalam pulau Sumatera dan maksimal 4 hari untuk pengiriman ke luar pulau Sumatera. Selain itu Kantor Pos Padang Panjang juga bisa melayani berbagai pembayaran seperti pembayaran listrik, pembayaran air, pembayaran pajak, Pembayaran tagihan online, Pembelian pulsa, DLL.

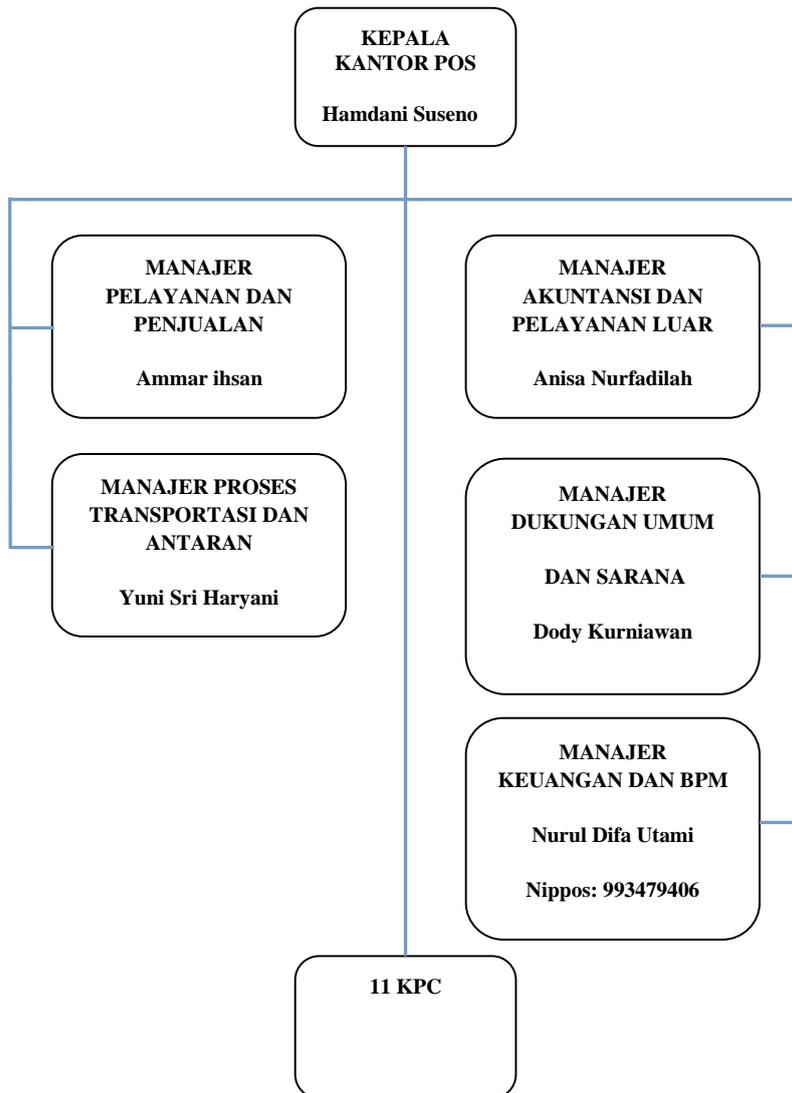
Sejarah mencatat keberadaan Pos Indonesia begitu panjang, Kantor Pos pertama didirikan di Batavia (sekarang Jakarta) oleh Gubernur Jenderal G.W Baron Van Imhoff pada tanggal 26 Agustus 1746 dengan tujuan untuk lebih menjamin keamanan surat-surat penduduk, terutama bagi mereka yang datang dan pergi ke Negeri Belanda. Sejak saat itulah pelayanan pos telah lahir mengemban peran dan fungsi pelayanan kepada publik. Setelah Kantor Pos Batavia didirikan, Maka empat tahun kemudian didirikan Kantor Pos Semarang untuk mengadakan perhubungan pos yang teratur antara kedua tempat itu dan untuk mempercepat pengirimannya. Rute perjalanan pos kala itu ialah melalui Karawang, Cirebon dan Pekalongan (posindonesia, 2016).

Pos Indonesia telah beberapa kali mengalami perubahan status mulai dari Jawatan PTT (Post, Telegraph dan Telephone). Badan usaha yang dipimpin oleh seorang Kepala Jawatan ini operasinya tidak bersifat komersial dan fungsinya lebih diarahkan untuk mengadakan pelayanan publik. Perkembangan terus terjadi hingga statusnya menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Mengamati perkembangan zaman dimana sektor pos dan telekomunikasi berkembang sangat pesat, maka pada tahun 1965 berganti menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos dan Girp), dan pada tahun 1978 berubah menjadi Perum Pos dan

Giro yang sejak ini ditegaskan sebagai badan usaha tunggal dalam menyelenggarakan dinas pos dan giropos baik untuk hubungan dalam maupun luar negeri. Selamat 17 tahun berstatus Perum, maka pada Juni 1995 berubah menjadi Perseroan Terbatas dengan nama PT Pos Indonesia (posindonesia,2017).

Dengan berjalannya waktu, Pos Indonesia kini telah mampu menunjukkan kreatifitasnya dalam pengembangan bidang perposan Indonesia dengan memanfaatkan insfrastruktur jejaring yang dimilikinya yang mencapai sekitar 24 ribu titik layanan yang menjangkau 100 persen kota/kabupaten, hampir 100 persen kecamatan dan 42 persen kelurahan/desa, dan 940 lokasi transmigrasi terpencil di Indonesia. Seiring dengan perkembangan informasi, komunikasi dan teknologi, jejaring Pos Indonesia sudah memiliki lebih dari 3.800 Kantorpos online, serta dilengkapi electronic mobile pos di beberapa kota besar. Semua titik merupakan rantai yang terhubung satu sama lain secara solid & terintegrasi. Sistem Kode Pos diciptakan untuk mempermudah processing kiriman pos dimana tiap jengkal daerah di Indonesia mampu diidentifikasi dengan akurat (posindonesia, 2017).

1.1.2 Struktur Organisasi



Gambar 1. 2 Struktur Organisasi

Sumber: Kantor Pos Padang Panjang

1.1.3 Visi Misi Pos Indonesia

Berikut adalah Visi dan Misi Pos Indonesia

Tujuan Perusahaan

Membangun bangsa yang lebih berdaya saing dan sejahtera.

Visi

Menjadi pilihan utama Layanan Logistik dan Jasa Utama.

Misi

Bertindak Efektif Untuk Mencapai *Performance* Terbaik.

1.2 Latar Belakang Masalah

PT.Pos Indonesia merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam kegiatan pelayanan lalu lintas informasi, uang dan barang. Salah satu produk yang ditawarkan oleh PT.Pos Indonesia (Persero) adalah jasa layanan pengiriman barang. Saat ini, bentuk badan usaha Pos Indonesia merupakan perseroan terbatas dan sering disebut dengan PT.Pos Indonesia.

Perusahaan yang sangat di perlukan bagi masyarakat Indonesia untuk wadah penyedia sarana komunikasi terutama yang menyangkut dengan pengiriman surat-menyurat maupun pengiriman barang salah satu nya adalah PT.Pos Indonesia. Dengan berjalannya waktu membuat banyaknya pesaing dalam bidang jasa pengiriman surat-menyurat maupun pengiriman barang. Sehingga PT.Pos mengalami penurunan pelanggan. Salah satu strategi yang dapat menunjang kenaikan pelanggan adalah dengan meningkatkan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Zeitham dan Bitner (2008) yang dikutip dari Priansa menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan total pengalaman yang hanya dapat dievaluasi oleh konsumen. Menurut Lovelock dan Wright (2011) yang dikutip Priansa menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.

Menurut (Sirojudin, desti nurwidiawati, 2021) kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dengan kinerja actual yang dirasakannya setelah pemakaian. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang ditawarkan, sehingga kualitas merupakan prioritas utama bagi perusahaan sebagai tolak ukur keunggulan bersaing.

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Kualitas pelayanan dalam PT.Pos Padang Panjang mempunyai peranan sangat penting. Dalam mempertahankan hubungan dengan pelanggannya untuk mencapai kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia harus bisa mengenali apa keinginan dan kebutuhan pelanggan. Tujuan utama jasa memberikan pelayanan adalah tercapainya kepuasan pelanggan yang ditandai dengan berkurangnya keluhan (*complain*) dari para pelanggan. Kualitas pelayanan yang digunakan PT. Pos Padang Panjang sebagai salah satu program utama bagi perusahaan untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat. Hal ini dapat membantu perusahaan perusahaan dalam menguasai pangsa pasar dan unggul dari pesaing. Pesaing yang dimiliki oleh PT.Pos Padang

Panjang di bidang ekspedisi pengiriman di Kota Padang Panjang Seperti JNT, JNE, TIKI, dan SiCepat, DLL.

Berdasarkan kondisi yang telah disebutkan di atas maka menarik minat penulis untuk mengambil judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pos Padang Panjang**”.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan beberapa masalah yang diidentifikasi oleh penulis yang akan menjadi bahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan kantor Pos Padang Panjang ?
2. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan kantor Pos Padang Panjang ?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kantor Pos Padang Panjang ?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan pada Kantor Pos Padang Panjang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan pada Kantor Pos Padang Panjang.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Pos Padang Panjang.

1.5 Kegunaan penelitian

a. Bagi Penulis

- Untuk lebih memperdalam pengetahuan peneliti, khususnya mengenai Kualitas Pelayanan.

- Untuk menambah wawasan serta mengaplikasikan segala macam ilmu yang belum didapatkan di bangku perkuliahan.

b. Bagi Pembaca

Manfaat penelitian ini bertujuan secara praktis yang lebih mendekati pada dampak yang di timbulkan di dalam masyarakat. Penulisan manfaat ini sendiri seringkali di akhiri dengan memperluas wawasan bagi pembaca atau cara penulisannya.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir

Sistematika Penulisan dibuat untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan dan untuk kejelasan penulisan hasil penelitian dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

Bab 1 Pendahuluan

Bab ini merupakan penjelasan secara umum mengenai objek studi penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab 2 Tinjauan Pustaka dan Lingkup Penelitian

Bab ini dikemukakan dengan jelas, ringkas, dan padat tentang hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan masalah yang akan diteliti, seperti : penelitian terdahulu, uraian tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, hipotesis penelitian, kerangka pemikiran, dan ruang lingkup penelitian.

Bab 3 Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan tentang pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data sehingga dapat menjawab untuk mengumpulkan dan

menganalisis data seperti: jenis penelitian, variable operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data.

Bab 4 Hasil dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan mengenai deskripsi objek penelitian, hasil analisis dan pengolahan data beserta pembahasannya, yang disajikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan lingkup penelitian serta konsisten dengan tujuan penelitian.

Bab 5 Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran maupun rekomendasi yang dapat diberikan kepada perusahaan dan pihak lain yang membutuhkan.