

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada tahun 2021 saat sekarang ini perkembangan teknologi semakin pesat. Teknologi sangat penting bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan, terutama dalam transaksi maupun komunikasi. Dengan adanya teknologi saat ini tentunya akan mempermudah melakukan transaksi, seperti metode pembayaran non tunai atau *cashless*. Tidak hanya metode pembayaran non tunai atau *cashless* saja, tetapi saat ini walaupun teknologi sudah canggih pembayaran tunai tetap saja masih bisa dilakukan. Untuk transaksi tunai, pada umumnya banyak digunakan oleh masyarakat golongan tua atau masyarakat yang tidak memahami teknologi yang canggih pada saat sekarang ini. Bahkan pada pandemi *covid-19* saat ini perkembangan teknologi sangat bermanfaat bagi kebutuhan, karena dengan adanya teknologi bisa membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya. Dalam berbelanja pun bisa dilakukan secara *online*, sehingga barang yang di *order* oleh pelanggan akan bisa sampai ke alamat dengan cara pengiriman barang melalui kurir.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka masyarakat dapat memanfaatkan PT Pos Indonesia dalam melakukan transaksi tunai atau non tunai, dan juga bisa mengirimkan suatu kiriman surat atau paket dengan mudah melalui PT Pos Indonesia. Tidak hanya jasa pos dan kurir saja, tetapi saat ini PT Pos Indonesia juga melayani jasa keuangan agar melakukan transaksi lebih mudah. PT Pos Indonesia merupakan bagian dari Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang layanan jasa.

PT Pos Indonesia Cabang Payakumbuh telah menerapkan strategi produk dan layanan baru yaitu *posjek* yang artinya melakukan antar jemput kiriman surat dan paket langsung ke alamat pelanggan, layanan antar jemput materai, diskon ongkos kirim pada tanggal tertentu dan melakukan promosi di sosial media. Strategi produk yang telah diterapkan oleh PT Pos Indonesia Cabang Payakumbuh ini akan membuat pelanggan puas. Dengan demikian, untuk terciptanya kepuasan pelanggan pada suatu perusahaan, PT Pos Indonesia Cabang Payakumbuh sebaiknya melakukan strategi produk yang baik.

Suatu keinginan atau kebutuhan untuk memuaskan para pelanggan dengan cara menawarkan segala sesuatu kepasar seperti jasa, tempat, properti, barang fisik, pengalaman, orang, acara, informasi, organisasi dan ide merupakan definisi dari produk (Keller, 2018). Berdasarkan definisi diatas produk bukan hanya berwujud barang saja, tetapi produk ada juga yang tidak berwujud seperti jasa. Contohnya pada PT Pos Indonesia yang memiliki produk jasa kurir dan transaksi keuangan.

PT Pos Indonesia Cabang Payakumbuh juga menerapkan transaksi dengan cara non tunai atau *cashless*, seperti pelanggan melakukan pengiriman barang yang dibayar melalui *barcode* yang telah tersedia didepan *teller*. Pembayaran melalui *cashless* dapat dilakukan dengan cara pelanggan melakukan *scan barcode* yang akan diarahkan oleh *teller*, dan menunjukkan bukti pembayaran ke *teller*, setelah menunjukkan bukti pembayaran ke *teller* maka transaksi akan selesai. Pembayaran secara *cashless* ini telah tersedia untuk semua bank.

PT Pos Indonesia Cabang Payakumbuh juga memiliki aplikasi *pospay* untuk melayani pelanggan agar mudah dalam transaksi, hanya dengan satu aplikasi bisa untuk berbagai transaksi yang dilakukan pelanggan dengan mudah. Dalam aplikasi *pospay* bisa melakukan transaksi seperti wesel instan, pembayaran PLN, PDAM, BPJS, Pulsa & Data, Transfer, dan pembelian atau pembayaran lainnya tanpa ada biaya admin. Dengan mudahnya menggunakan aplikasi *pospay* ini tentunya akan menarik pelanggan untuk tetap menggunakan layanan pos untuk transaksi apapun. Mudah-mudahan melakukan transaksi yang digunakan oleh pelanggan maka pelanggan tentunya akan puas dengan pelayanan tersebut.

Perasaan yang ada pada diri seseorang, baik perasaan senang ataupun perasaan kecewa yang dirasakan oleh pelanggan terhadap suatu kinerja sehingga munculnya perbandingan kinerja yang didapatkan oleh seorang pelanggan. Munculnya perbandingan kinerja maksudnya yaitu, jika perusahaan melayani pelanggan dengan baik maka pelanggan akan puas, jika perusahaan melayani pelanggan dengan cara lebih baik maka pelanggan akan sangat puas, dan jika perusahaan tidak melayani pelanggan dengan tidak baik maka pelanggan akan kecewa terhadap kinerja suatu perusahaan (Keller, 2016). Dalam hal ini, pelanggan tentunya ingin mendapatkan kinerja perusahaan yang baik, sehingga pelanggan puas dan tentunya akan terjadi pembelian berulang terhadap produk. Jika pelanggan puas tentunya juga akan meningkatkan laba pada suatu perusahaan dan meningkatkan kualitas dan citra perusahaan.

Kepuasan pelanggan pada suatu perusahaan sangat penting dan sangat berpengaruh terhadap keuntungan perusahaan. Dengan kepuasan pelanggan, kualitas suatu perusahaan tentunya akan meningkat dan jika suatu perusahaan

melakukan pelayanan atau melakukan strategi produk dengan baik, tentunya akan sangat mempengaruhi besar bagi perusahaan. Karena dengan melakukan strategi produk yang baik akan mempengaruhi pelanggan atau menarik pelanggan agar tetap setia dengan suatu perusahaan dan pelanggan akan memalukan pembelian secara berulang, sehingga terjalannya komunikasi yang baik, baik itu komunikasi dengan pelanggan baru maupun komunikasi dengan pelanggan yang lama. Jika suatu perusahaan telah melakukan strategi produk dengan baik, maka tercapailah tujuan suatu perusahaan yaitu kepuasan pada pelanggannya.

Strategi yang telah diterapkan oleh PT Pos Indonesia Cabang Payakumbuh yaitu layanan *posjek* yang artinya melakukan antar jemput kiriman surat dan paket langsung ke alamat pelanggan, dan layanan antar jemput materai. Berikut tabel data presentase mengenai kepuasan pelanggan pada PT Pos Indonesia Cabang Payakumbuh dari tahun 2017 – 2021 :

**Tabel 1. Data Presentase Kepuasan Pelanggan pada PT Pos Indonesia Cabang Payakumbuh pada tahun 2017 - 2021**

| <b>Tahun</b>      | <b>2017</b> | <b>2018</b> | <b>2019</b> | <b>2020</b> | <b>2021</b> |
|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Presentase</b> | 20%         | 22%         | 23%         | 17%         | 21%         |

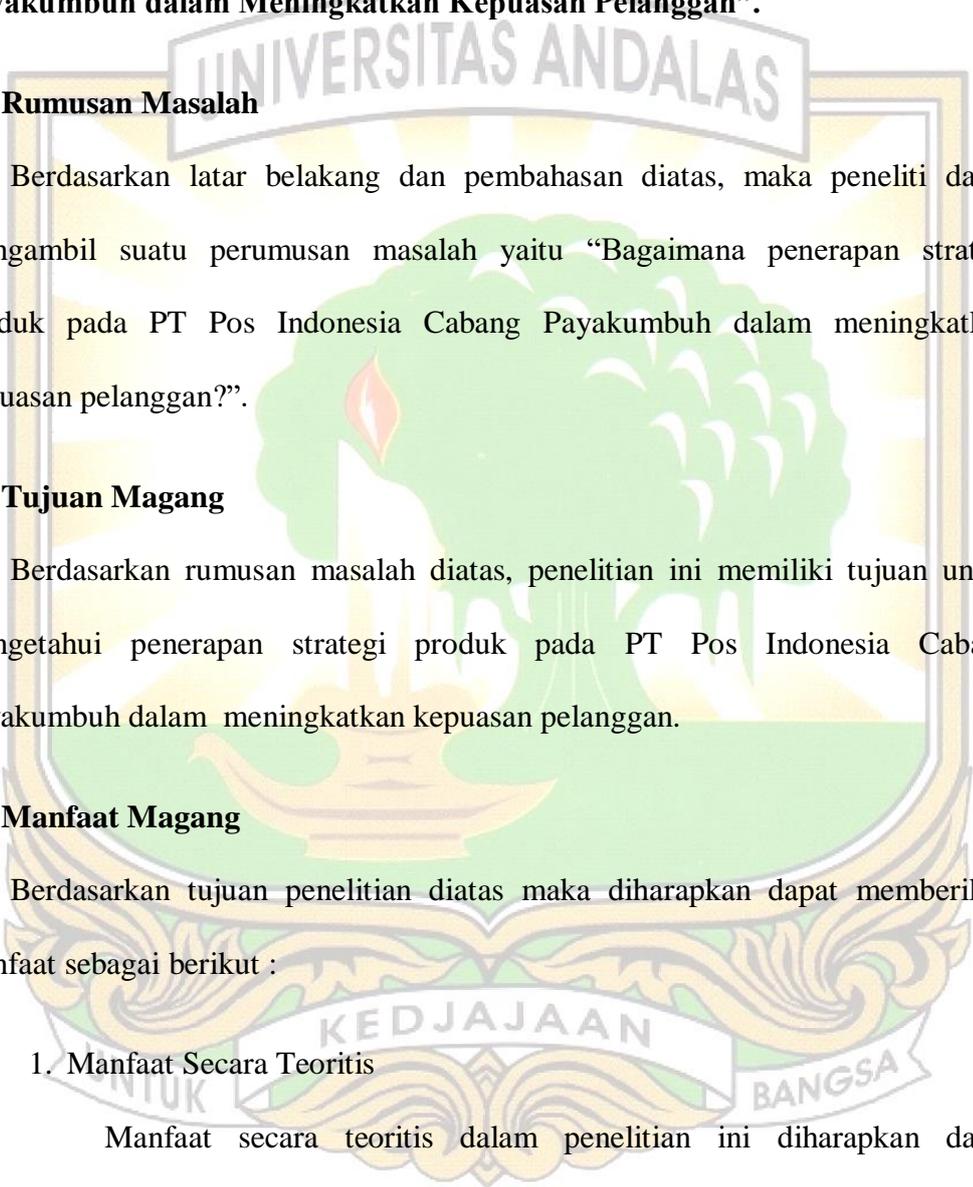
Sumber : PT Pos Indonesia Cabang Payakumbuh

Pada tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2017 terjadi kenaikan kepuasan pelanggan sampai pada tahun 2019, tetapi pada tahun 2020 kepuasan pelanggan menurun sebanyak 6%, penurunan kepuasan pelanggan pada tahun 2020 disebabkan oleh pandemi *covid*. Maraknya pandemi *covid* dilingkungan sekitar sangat banyak aturan yang harus dipatuhi oleh masyarakat, sehingga

sangat berdampak bagi perusahaan. Setelah satu tahun kemudian, pada tahun 2021 mulai mengalami kenaikan kembali sebesar 4%.

Dari latar belakang diatas maka penulis dapat melakukan penelitian ini dengan judul **“Penerapan Strategi Produk PT Pos Indonesia Cabang Payakumbuh dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan pembahasan diatas, maka peneliti dapat mengambil suatu perumusan masalah yaitu “Bagaimana penerapan strategi produk pada PT Pos Indonesia Cabang Payakumbuh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan?”.  


## **1.3 Tujuan Magang**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui penerapan strategi produk pada PT Pos Indonesia Cabang Payakumbuh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

## **1.4 Manfaat Magang**

Berdasarkan tujuan penelitian diatas maka diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

### **1. Manfaat Secara Teoritis**

Manfaat secara teoritis dalam penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan menambah ilmu bagi pembaca dan peneliti yang berfokus pada bidang pemasaran atau bidang jasa PT Pos Indonesia tentang strategi produk apa saja yang digunakan oleh PT Pos Indonesia Cabang Payakumbuh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

## 2. Manfaat Secara Praktis

Manfaat secara praktis dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat tentang strategi produk apa saja yang digunakan oleh PT Pos Indonesia Cabang Payakumbuh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan informasi kepada pihak yang ingin melakukan penelitian serupa.

### 1.5 Metode Magang

Pada kegiatan magang ini, penulis mengumpulkan data dengan metode observasi, yaitu dengan cara mengamati langsung proses magang di PT Pos Indonesia Cabang Payakumbuh. Metode observasi merupakan mengamati langsung dan mengumpulkan data yang ada dilapangan. Proses observasi ini berlangsung dengan cara melakukan pengamatan yang meliputi mencatat, mengukur, melihat, menghitung, dan merekam kejadian yang ada dilapangan. Metode observasi ini merupakan kegiatan yang meliputi pencatatan secara sistematis perilaku, kejadian – kejadian, obyek – obyek yang dilihat, dan hal – hal yang diperlukan dalam mendukung penelitian yang sedang dilakukan oleh penulis.

### 1.6 Tempat dan Waktu Magang

Kegiatan ini dilaksanakan pada PT Pos Indonesia Cabang Payakumbuh yang beralamat di *Jl. Jendral Sudirman No. 4, Kel. Koto Baru Balai Janggo, Kec. Payakumbuh Utara, Kota Payakumbuh, Sumatera Barat, 26211*. Kegiatan magang ini berlangsung selama 40 hari kerja.

## **1.7 Ruang Lingkup Pembahasan**

Adapun ruang lingkup pembahasan yang akan dibahas dalam penelitian laporan ini yaitu berfokus untuk mengetahui strategi produk PT Pos Indonesia Cabang Payakumbuh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

## **1.8 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan ini adalah sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab I ini pendahuluan yang berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penulisan, metode magang, tempat dan waktu magang, ruang lingkup pembahasan dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab II ini landasan teori yang menjelaskan tentang landasan teori yang terdapat beberapa pokok konsep dan teori pada penelitian. Pada bab ini setiap variable dijelaskan dari sudut pandang konseptual. Bagian landasan teori ini mengaju kepada text/buku ajar/jurnal ilmiah.

### **BAB III GAMBARAN UMUM INSTITUSI**

Bab III ini gambaran umum perusahaan yang menjelaskan tentang tempat magang. Pada bagian bab ini menjelaskan tentang profil perusahaan PT Pos Indonesia Cabang Payakumbuh, visi serta misi perusahaan, dan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Pada bagian selanjutnya berisi tentang sejarah perusahaan.

## **BAB IV PEMBAHASAN**

Bab IV ini pembahasan yang menjelaskan tentang uraian strategi produk dalam meningkatkan kepuasan pelanggan melalui metode – metode penelitian yang dilakukan kepada PT Pos Indonesia Cabang Payakumbuh. Uraian aktivitas harus sesuai dengan fakta yang terjadi di lapangan. Pada bagian bab ini akan menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian.

## **BAB V PENUTUP**

Bab V ini penutup yang berisi tentang kesimpulan serta saran dari kegiatan magang. Pada bagian ini saran diberikan kepada PT Pos Indonesia Cabang Payakumbuh sehingga bisa bermanfaat bagi kepentingan pihak perusahaan.

