

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada era transformasi saat ini, alat komunikasi semakin berkembang pesat dan menciptakan banyak inovasi dalam pemakaiannya. Memasuki perubahan era digital membuat perusahaan berlomba-lomba dalam meningkatkan pelayanan. Karena bagi perusahaan kepuasan konsumen adalah hal yang sangat penting dalam mempertahankan kinerja dan nama perusahaan, selain itu dengan lingkungan bisnis yang semakin hari berubah dengan cepat perusahaan harus bisa memenangkan pasar yang terus berubah. Semakin berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi mendorong organisasi bisnis untuk lebih fokus dalam menanggapi kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan salah satu indikator terbaik untuk meningkatkan keuntungan. Dalam banyak hal persaingan yang dihadapi oleh perusahaan, mendapatkan hati konsumen adalah salah satu strategi bersaing untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan. Perusahaan juga harus mengelola jasa dengan baik, sehingga memiliki manajemen pada pemasaran, operasi, ataupun sumber daya yang mampu menciptakan integrasi yang baik untuk keberhasilan dalam persaingan bisnis (Putri dan Santoso, 2018).

Strategi pemasaran yang didasarkan pada fungsi-fungsinya dibutuhkan sebagai upaya agar kegiatan bisnis bisa berjalan dengan efektif dan efisien, sehingga dapat memenuhi kebutuhan hidup manusia. Salah satu cara memenuhi kebutuhan manusia

adalah dengan menarik manfaat dan kegunaan pada suatu produk. Sebagian besar kegiatan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia dilakukan melalui pemasaran. Hal ini disebabkan karena pemasaran menambah nilai kegunaan dari suatu produk yang dihasilkan, yaitu kegunaan waktu, kegunaan tempat dan kegunaan pemikiran. Jadi fungsi pemasaran seperti pembelian, penjualan, pengangkutan dan penggudangan adalah proses dalam menambah nilai kegunaan produk yang dihasilkan. Oleh karena itu setiap individu atau organisasi perusahaan berusaha agar produk yang dihasilkan bisa memenuhi kebutuhan pasar dan unggul dalam persaingan. Daya saing ini bisa diperoleh perusahaan jika mengelola aktivitasnya dengan efisien. Salah satu strategi yang dilakukan perusahaan dalam bidang pemasaran adalah dengan memberikan jasa layanan tambahan dari produk yang dihasilkan sebagai bonus atau sebagai bentuk promosi penjualan (Worung, Pelleng dan Keles, 2020).

PT Pos Indonesia adalah salah satu perusahaan jasa pengiriman yang ada di Indonesia yang merupakan perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) dan bergerak di bidang pelayanan lalu lintas informasi, uang dan barang. Tujuan BUMN ialah menyediakan barang dan jasa dengan mutu tinggi dan berdaya saing kuat dalam mendorong dan mengembangkan aktivitas perekonomian nasional. PT Pos Indonesia ialah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan jasa pengiriman barang (ekspedisi). Kantor Pos merupakan salah satu jasa ekspedisi tertua yang masih bertahan hingga saat ini (Yayan, 2020). Perkembangan teknologi pada abad 21 sangat membantu perusahaan dalam mengembangkan bisnis dan sebagai salah satu sarana

perbaiki sistem informasi. Dimana masyarakat menginginkan pelayanan yang serba cepat sebab keterbatasan waktu karena kesibukan masing-masing.

Semakin majunya zaman menuntut pengelolaan bisnis dengan profesional yang berfokus untuk menciptakan nilai tambah seperti fasilitas-fasilitas kemudahan, maka PT Pos Indonesia melakukan inovasi pada beberapa layanan dengan tujuan untuk mempermudah pelanggan dalam menggunakan jasa pos serta untuk memenangkan persaingan bisnis. *Contact Center Oranger*, M-Agenpos, Agenpos B2B layanan kurir, dan Agenpos B2B layanan jasa keuangan, serta untuk meningkatkan layanan digitalnya pos meluncurkan aplikasi video conference sebagai media rapat secara virtual yang disebut Space dan aplikasi dibidang layanan keuangan yaitu Pos Giro Mobile (posindonesia, 2022).

Salah satu perkembangan teknologi adalah perkembangan dalam pengiriman dan penerimaan barang yang bisa dilakukan dengan mudah, cepat dan aman. Dengan berkembangnya teknologi, kebutuhan akan layanan juga akan semakin meningkat. Salah satu perusahaan jasa pengiriman di Indonesia adalah PT Pos Indonesia, yang memiliki lalu lintas kegiatan layanan informasi, uang dan barang. Dalam hal pengiriman paket dituntut untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan dan rangka pencapaian kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Beberapa upaya dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang bisa melalui perluasan jangkauan, (Syahputri, 2019).

Pada saat ini tingkat perkembangan ekonomi di Indonesia semakin intensif. Hal ini ditandai dengan lalu lintas uang dan barang yang tinggi dalam perdagangan dan semakin cepat persaingan bisnis. Hal yang penting dalam era Globalisasi dengan tingkat pengembangan ekonomi, teknologi dan budaya sosial adalah kepuasan pelayanan (Mandira, Suliyanto dan Nawarini, 2018).

Kepuasan pelanggan merupakan bagian yang sangat penting. Supaya bertahan di dunia bisnis, kelangsungan hidup sebuah perusahaan sangat tergantung pada kepuasan para pelanggan. Upaya-upaya yang akan dilakukan oleh perusahaan agar memuaskan kebutuhan pelanggan dengan berbagai cara dan strategi dengan harapan agar pelanggan merasa puas. Pelanggan akan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Pelayanan yang berkualitas bisa menarik minat pelanggan pada perusahaan.

Kualitas menurut Wijaya adalah ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan bisa sesuai ekspektasi pelanggan. (Lumenta, Mandey & J. 2014) Kualitas pelayanan merupakan hal yang penting untuk perusahaan jasa, supaya kualitas layanan dari perusahaan bertahan perusahaan harus melakukan *survey* dari waktu ke waktu kepada pelanggan untuk mengetahui apa yang diharapkan dan diinginkan terhadap perusahaan jasa sebagai penyedia layanan. Dari penjelasan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk mengetahui bagaimanakah **“Kualitas Pelayanan pada PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Batusangkar”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemilihan judul dan informasi yang telah diuraikan di atas, dapat diambil suatu perumusan masalah yaitu Bagaimanakah Kualitas Pelayanan pada PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Batusangkar?.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis mengangkat tujuan penelitian: untuk mengetahui Kualitas Pelayanan pada PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Batusangkar.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan tentang kualitas pelayanan dan menambah wawasan pembaca tentang Kualitas Pelayanan pada PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Batusangkar.

### **2. Manfaat Praktis**

Secara praktis, hasil dari magang ini diharapkan dapat memberikan masukan untuk perusahaan dalam meningkatkan Kualitas Pelayanan pada PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Batusangkar.

## **1.5 Metode Penelitian**

Penelitian dilakukan dengan metode observasi lapangan selama 49 hari pada PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Batusangkar. Metode observasi ini dilakukan dengan cara pengambilan informasi melalui peninjauan secara langsung pada PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Batusangkar.

## **1.6 Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian dilakukan pada PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Batusangkar yang berlokasi di Jl. Soetoyo No.1, Baringin, Lima Kaum, Kabupaten Tanah Datar, Sumatera Barat, dengan waktu pelaksanaan magang selama 49 hari kerja.

## **1.7 Ruang Lingkup Pembahasan**

Adapun ruang lingkup pembahasan yang akan dibahas dalam penulisan laporan penelitian ini adalah hanya focus pada Kualitas Pelayanan pada PT Pos (Persero) Cabang Batusangkar.

## **1.8 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan pada tugas akhir ini terdapat 5 bab, dimana pada setiap bab akan dibagi menjadi sub bab yang akan dibahas secara rinci. Berikut adalah sistematika penulisan setiap bab :

### **BAB I PENDAHULUAN**

BAB I pendahuluan ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian, ruang lingkup, dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

BAB II landasan teori akan menjelaskan teori yang akan digunakan untuk menjelaskan teori-teori pendukung yang akan digunakan dalam penjelasan dan pembahasan tugas akhir.

### **BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

BAB III gambaran umum perusahaan akan menguraikan tentang gambaran umum perusahaan, profil perusahaan yang berisi kegiatan utama yang dilakukan perusahaan

serta visi dan misi perusahaan, dan sejarah berdirinya PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Batusangkar.

#### **BAB IV PEMBAHASAN**

BAB IV pembahasan akan menjelaskan tentang hasil yang didapat dari metode yang digunakan dan menyajikan fakta yang terjadi di lapangan.

#### **BAB V PENUTUP**

BAB V penutup akan berisi tentang kesimpulan dan saran yang bermanfaat bagi pihak yang bersangkutan yaitu PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Batusangkar.

