

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Perkembangan jasa makin menarik perhatian masyarakat dari satu tahun ke tahun berikutnya. Melalui persaingan yang ketat dan makin banyaknya perusahaan jasa pengiriman yang bermunculan, pemilik dan manajer harus mampu mengembangkan strategi untuk bersaing dan mengungguli pesaing mereka. Persaingan bisnis dalam perihal ini bisa didefinisikan menjadi upaya perusahaan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

Perusahaan memanfaatkan bermacam sumber daya yang dimilikinya guna menjaga kepercayaan pelanggan yang sudah ada, menarik minat calon pelanggan baru, dan menjaga penerimaan pasar, sehingga pelanggan tetap setia kepada badan usaha. Perusahaan juga perlu mengelola layanannya dengan baik untuk pemasaran, operasional, atau manajemen sumber daya yang dapat menciptakan integrasi yang tepat untuk kesuksesan kompetitif (Putri dan Santoso, 2018).

Agar aktivitas perusahaan bisa berlangsung dengan efisien serta efektif maupun mampu menjawab kebutuhan masyarakat, diperlukan strategi pemasaran yang sesuai dengan fungsinya. Suatu cara guna memenuhi keperluan seseorang ialah dengan memperoleh manfaat serta kegunaan dari produk. Kebanyakan kegiatan guna memuaskan keinginan maupun kebutuhan seseorang dilaksanakan dengan pemasaran. Perihal ini dikarenakan pemasaran meningkatkan nilai kegunaan produk, yakni nilai kegunaan tempat, nilai kegunaan pikiran, serta nilai kegunaan waktu.

Fungsi pemasaran meliputi penjualan, pembelian, penyimpanan, serta pengangkutan ialah tahap yang memberikan tambahan nilai manfaat pada produk manufaktur. Oleh karena itu, setiap individu atau organisasi bisnis berupaya untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan

memenuhi kebutuhan pasar dan menonjol dari persaingan. Daya saing ini dapat dicapai dengan Jika suatu perusahaan mengelola aktivitasnya secara efisien. Salah satu strategi yang digunakan perusahaan di sektor pemasaran ialah melalui pemberian layanan tambahan terhadap produk yang dihasilkan menjadi bentuk premium atau promosi penjualan (Worung et al.2020).

Kualitas pelayanan memegang peranan krusial dalam perusahaan dan organisasi. Saingan di sektor korporasi saat ini sangat sengit dan terus berkembang seiring dengan perubahan budaya, teknologi, kebutuhan konsumen, dan evolusi dunia bisnis. Bisnis berarti segala kegiatan usaha yang berkaitan dengan penjualan dan penyediaan jasa kepada konsumen perorangan atau keluarga. Untuk berhasil dalam persaingan bisnis, pengusaha harus mampu melayani konsumen dengan baik sesuai standar yang ada. Pengaruh mutu pelayanan atas kepuasan pembeli dapat dipaparkan ketika pelayanan yang diberikan pada pembeli memenuhi harapan, menimbulkan rasa puas, atau menimbulkan rasa sejahtera karena sesuai dengan hasil yang diharapkan. Konsumen tidak hanya membeli produk, tetapi juga jasa yang menyertainya. Secara umum konsumen merasa nyaman dan puas bila mendapat pelayanan yang sopan, ramah, dan penuh perhatian. Sehingga pelayanan ialah perihal yang krusial bagi kepuasan konsumen.

Ada banyak perusahaan yang menawarkan jasa pengiriman berbeda seperti TIKI, JNE, Ninja Express, Indah Cargo, dll. Karena banyaknya perusahaan pelayaran, para operator ekonomi ini semakin berupaya untuk memberikan layanan terbaik kepada konsumennya. Perusahaan yang telah lama berdiri serta mempunyai konsumen harus menjaga asetnya dan terus berinovasi untuk mencegah pelanggan beralih ke perusahaan lain. Jika hal ini tercapai, persaingan atau perolehan pelanggan tersebut akan menjadi sangat sulit bagi pesaing. Perusahaan bertanggung jawab untuk menyediakan layanan yang bermutu tinggi dan memuaskan untuk menghindari kehilangan atau pindahnya pelanggan akibat layanan yang tidak memuaskan.

Kepuasan pelanggan sangat ditentukan oleh terpenuhinya keinginan, kualitas serta kebutuhan produk maupun pelayanan. Ketika kepuasan pelanggan tercapai, maka terjalin hubungan baik perusahaan-pelanggan, menciptakan loyalitas pelanggan dan memajukan perusahaan, sehingga menguntungkan perusahaan. Pelaku usaha perlu mengetahui kekurangan apa saja yang harus dilakukan perbaikan guna memenuhi kepuasan pelanggan berdasarkan kebutuhan maupun keinginan pelanggan. Perusahaan juga perlu memahami faktor-faktor yang memberikan pengaruh kepuasan pelanggan sehingga bisa berinovasi serta melaksanakan perbaikan yang kemungkinan besar akan memaksimalkan kepuasan pelanggan sesudah melakukan transaksi.

Jasa pengiriman memiliki daya tarik yang besar sehingga banyak perusahaan pengiriman yang mempromosikan bisnis ini. PT. Pos Indonesia (Persero), sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa informasi, uang, dan pergerakan barang, mengikuti tren ini. Tujuan BUMN adalah untuk menyediakan barang dan jasa yang berkualitas dan bersaing, serta mendorong dan mengembangkan kegiatan perekonomian nasional. PT. Pos Indonesia (Persero) merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa dan pengiriman barang (ekspedisi). Kantor pos merupakan suatu jasa ekspedisi tertua yang masih ada (Yayan, 2020). Perkembangan teknologi pada abad 21 dapat sangat membantu perusahaan dalam meningkatkan perkembangan bisnis dan sistem informasinya.

Masyarakat yang memiliki waktu terbatas karena jadwal yang padat dan menginginkan pelayanan yang cepat. Pada saatnya nanti diperlukan pengelolaan yang profesional dan fokus pada penciptaan nilai tambah seperti fasilitas yang nyaman. Oleh karena itu, PT Pos Indonesia menawarkan berbagai layanan dengan tujuan untuk memudahkan pelanggan dalam menggunakan layanan pos dan memenangkan persaingan bisnis. M-Agenpos, *Contact Center Oranger*, Agenpos B2B layanan jasa keuangan, serta Agenpos B2B layanan kurir, serta untuk

meningkatkan layanan digitalnya pos meluncurkan aplikasi dibidang layanan keuangan yakni Pos Giro Mobile serta aplikasi *video conference* menjadi media rapat virtual yang dikenal *space* (pos indonesia, 2022).

Perkembangan teknologi meliputi perkembangan teknologi yang membuat pengiriman dan penerimaan barang menjadi lebih mudah, cepat, dan aman. Seiring berkembangnya teknologi, kebutuhan akan layanan juga meningkat. PT. Pos Indonesia (Persero), suatu perusahaan jasa pengiriman di Indonesia, mengoperasikan layanan informasi, pergerakan uang dan barang. Dalam hal jasa kurir, kami selalu berkomitmen untuk meningkatkan kualitas layanan kami dan memenangkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan kami.

Berbagai upaya untuk mendapatkan loyalitas serta kepercayaan pelanggan. Beragam usaha dapat dilakukan guna memaksimalkan kualitas layanan dengan memperluas jangkauan (Syahputri, 2019). Tingkat perkembangan perekonomian Indonesia sekarang ini makin naik. Hal ini disertai dengan tingginya taraf pergerakan uang dan barang dalam perdagangan, meningkatnya persaingan usaha, dan perkembangan teknologi saat ini. Untuk mencapai kepuasan pelanggan yaitu memberikan pelayanan terbaik dan daya tanggap respon yang cepat dalam menyelesaikan saat bertransaksi sampai selesai dalam bertransaksi sehingga pelanggan merasakan kepuasan dan pelanggan akan sering membeli produk atau jasa.

Kepuasan pelanggan menjadi hal penting di era globalisasi dengan tingkat perkembangan ekonomi, teknologi, dan sosial budaya (Mandira et al.2018). Kepuasan pelanggan sangatlah penting. Untuk dapat bertahan dalam dunia bisnis, kelangsungan hidup suatu perusahaan sangat bergantung pada kepuasan pelanggan. Kami menggunakan metode dan strategi yang berbeda dengan harapan dapat membuat pelanggan kami puas. Kami akan berusaha memenuhi kebutuhan Anda dengan berbagai cara dan strategi untuk menjamin kepuasan Anda. Pelanggan akan puas dengan kualitas pelayanan perusahaan. Pelayanan yang berkualitas merangsang minat pelanggan terhadap perusahaan Anda.

Dzikra (2020) memaparkan jika kualitas pelayanan merupakan salah satu sistem strategis yang mengikutsertakan semua unit organisasi atau kerja mulai dari manajemen hingga karyawan untuk memenuhi kebutuhan yang diharapkan konsumen. Berdasarkan permasalahan diatas, maka kita dapat membahas topik **“Penerapan Kualitas Pelayanan Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Sawahlunto”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang sduah dipaparkan tersebut, adapun perumusan permsalahan yang nantinya diteliti dalam penelitian ini ialah :

1. Bagaimana penerapan kualitas pelayanan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Sawahlunto?
2. Apa saja kendala yang dihadapi pada PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Sawahlunto dalam menerapkan kualitas pelayanan?
3. Bagaimana solusi untuk kendala yang dihadapi pada PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Sawahlunto dalam menerapkan kualitas pelayanan?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Dari perumusan permsalahan, adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Guna melihat bagaimana penerapan kualitas pelayanan PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Sawahlunto.
2. Guna melihat apa saja kendala yang dialami PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Sawahlunto saat menerapkan kualitas pelayanan.
3. Guna melihat bagaimana solusi untuk kendala yang dihadapi oleh PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Sawahlunto saat menerapkan kualitas pelayanan.

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

Ada dua manfaat yang harus diteliti yakni manfaat secara Praktis serta Teoritis.

##### **1. Manfaat Praktis**

Dengan penelitian ini, informasi mengenai penerapan kualitas pelayanan di PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Sawahlunto bisa dijadikan acuan praktis bagi pembaca dan masyarakat umum. Di sisi perusahaan, manfaatnya diharapkan mampu meningkatkan kualitas pelayanan PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Sawahlunto, membuatnya lebih unggul dalam memberikan layanan yang lebih baik kepada pelanggan.

##### **2. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini, secara teoritis, diharapkan dapat membantu penulis menemukan cara untuk menerapkan kualitas pelayanan di PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Sawahlunto.

#### **1.5. Metode Penelitian**

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode observasi lapangan selama 40 hari kerja dari bulan Januari hingga Maret di Kantor PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Sawahlunto. Kantor tersebut beroperasi dari hari Senin sampai Jumat pukul 08.00 WIB hingga 16.00 WIB, dan Sabtu pukul 08.00 WIB hingga 14.00 WIB. Metode ini melibatkan pengambilan informasi melalui peninjauan langsung di Kantor PT. Pos Indonesia Cabang Sawahlunto, dengan mencatat, mengamati, dan melakukan wawancara mengenai penerapan kualitas pelayanan di sana.

## **1.6. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian dilaksanakan pada PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Sawahlunto yang terletak di Jl. A. Yani, Pasar, Kecamatan Lembah Segar, Kota Sawahlunto, Sumatera Barat (27422), dengan durasi magang selama 40 hari kerja dari tanggal 13 Januari 2024 – 13 Maret 2024.

## **1.7. Ruang Lingkup Pembahasan**

Ruang lingkup penulisan laporan penelitian ini hanya akan difokuskan pada Kualitas Pelayanan di PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Sawahlunto.

## **1.8. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan tugas akhir ini terdiri dari 5 bab, di mana setiap bab akan dibagi lagi menjadi sub bab yang akan dijelaskan secara mendetail. Berikut adalah struktur penulisan untuk setiap bab:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini memaparkan rumusan masalah, latar belakang, metode penelitian, tujuan penelitian, struktur penulisan, serta ruang lingkup.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menguraikan teori yang akan digunakan untuk menjelaskan teori-teori pendukung yang akan dipergunakan dalam pembahasan sert penjelasan tugas akhir.

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

Bab ini membahas gambaran umum perusahaan, profil perusahaan yang mencakup misi dan visi serta kegiatan utama perusahaan, serta sejarah berdirinya PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Sawahlunto.

#### **BAB IV PEMBAHASAN**

Bab ini memaparkan mengenai hasil yang diperoleh dari metode yang dimanfaatkan dan menyajikan fakta yang terjadi di lapangan.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab ini menjelaskan mengenai tentang saran maupun kesimpulan yang berguna untuk pihak yang bersangkutan yaitu PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Sawahlunto.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

