

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Era globalisasi sekarang ini, menuntut Badan Usaha Milik Negara (BUMN) untuk meningkatkan pelayanan secara professional sesuai dengan bidangnya masing-masing. Perubahan teknologi dan arus informasi yang sangat cepat telah mendorong perusahaan untuk menghasilkan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat, sehingga masyarakat merasa puas dengan apa yang telah mereka dapatkan dari perusahaan. Banyak cara yang dilakukan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, salah satunya yaitu dengan memberikan kesan yang baik, baik dalam hal produk maupun pelayanan kepada pelanggan.

Perkembangan jasa pelayanan pengiriman dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat luas. Ketatnya persaingan dan semakin banyaknya perusahaan jasa pengiriman yang bermunculan pada saat ini membuat pihak pemilik atau pengelola harus dapat menciptakan strategi agar mampu bersaing dan lebih unggul dibanding para pesaingnya. Perusahaan dituntut bekerja keras dengan menggunakan berbagai sumber daya yang dimiliki untuk dapat diterima pasar dan menjaga kepercayaan pelanggan yang telah ada serta berusaha menarik minat pelanggan potensial baru agar pelanggan tidak meninggalkan pelaku usaha tersebut. Ada begitu banyak perusahaan yang menyediakan berbagai layanan pengiriman seperti TIKI, JNE Express, J&T Express dan lainnya. Banyaknya perusahaan pengiriman, membuat para pelaku usaha semakin berlomba-lomba memberikan yang

terbaik buat pelanggannya.

Tabel 1.1
Jumlah Kiriman Per Perusahaan Ekspedisi

Nama Ekspedisi	Jumlah Kiriman Di 2019	Jumlah Kiriman di 2020
JNE	5,6 juta paket	4,2 juta paket
J&T	3,2 juta paket	4,5 juta paket
Sicepat	1,2 juta paket	2,5 juta paket
Pos Indonesia	4,8 juta paket	6 juta paket
TIKI	3,8 juta paket	4 juta paket
Ninja X press	1,4 juta paket	3,6 juta paket

Sumber : olah data peneliti 2020

PT Pos Indonesia merupakan bisnis yang bekerja di bidang jasa seperti pengiriman barang, surat dan uang. Kondisi geografis Indonesia, yang terdiri dari pulau-pulau yang dipisahkan oleh lautan luas, membutuhkan layanan yang cepat, akurat, dan dapat diandalkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan layanan seperti mengangkut barang, mengirim surat dan pengiriman ke daerah-daerah terpencil. Di sinilah PT Pos Indonesia memainkan fungsi penting sebagai perusahaan ekspedisi nasional yang menyediakan layanan pengiriman barang diberbagai Provinsi.

Loyalitas konsumen pada PT.Pos merupakan dari suatu kepercayaan yang di berikan oleh konsumen kepada perusahaan, Hal ini sesuai dengan pendapat dari Hooley et al (2020:376) menyatakan *trust in the company can be a major driver of customer loyalty*. masalah besar yang dihadapi PT. Pos Indonesia cabang Cikutra saat ini adalah loyalitas para pelanggannya. Loyalitas memegang peranan penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan profitabilitas perusahaan. Ini adalah alasan utama perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka, karena salah satu cara pelanggan yang

loyal yaitu merekomendasikan perusahaan yang bersangkutan kepada orang lain. Maka dari itu, pelanggan yang loyal merupakan asset yang sangat berharga bagi sebuah perusahaan.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan merupakan komitmen nasabah terhadap suatu merek dan pemasok, berdasarkan sikap positif dan tercermin pada pembelian ulang yang konsisten. Loyalitas dapat disimpulkan kecenderungan emosi terhadap suatu objek. Hal ini mengacu pada segi suka atau tidak suka yang didapat konsumen melalui pengalaman terdahulu terhadap suatu merek ataupun informasi yang didapat dari orang lain.

Bisnis perusahaan Pos merupakan bisnis jasa yang berdasarkan pada azas kepercayaan sehingga masalah kualitas layanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha. Kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Menurut Tjiptono (2019:140) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Berdasarkan para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu perilaku setiap karyawan untuk memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen/pelanggan, agar konsumen merasa puas terhadap layanan yang diberikan. Menurut Tjiptono (2019:305), menyatakan indikator yang menyangkut kualitas pelayanan adalah bukti fisik (*tangibles*), empati (*empaty*), kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*) dan jaminan (*ansurance*).

Berikut disajikan data jumlah transaksi PT. Pos Indonesia Kantor cabang Cikutra

Kota Bandung.

Tabel 1.2
Jumlah Transaksi

Bulan	Jumlah Transaksi
Januari	2.396
Februari	2.342
Maret	2.155
April	2.262
Mei	2.220
Juni	2.065
JUMLAH	11.178

Sumber : PT.Pos Cikutra Kota Bandung,2023

Berdasarkan table 1.2 ditemukan adanya penurunan dalam jumlah transaksi pada bulan – bulan tertentu, dimana Penurunan tersebut sangat berdampak pada pendapatan dan system operasional perusahaan . Alasan penulis memilih data perusahaan tahun 2023 dikarenakan penurunan yang terjadi pada tahun tersebut ternyata paling buruk dibandingkan dengan tahun – tahun sebelumnya dimana penurunan yang terjadi tidak semenurun pada tahun 2023. Menimbulkan pertanyaan mengapa penurunan angka pada pelanggan tersebut bisa terjadi. Setelah ditelusuri, berdasarkan wawancara yang penulis lakukan dengan mandiri, terdapat kurangnya pengawasan terhadap pihak karyawan yang mengakibatkan terjadinya hal – hal diluar ekspektasi seperti pengiriman paket yang cukup lama datangnya banyak pelanggan yang mengeluh.

Pernyataan – pernyataan diatas telah didasari atas dilakukannya observasi awal (pra survey) yang penulis lakukan secara offline dimana dibagikan kuesioner secara acak kepada konsumen yang datang kelokasi PT.Pos Cabang Cikutra Bandung. Observasi ini dilakukan dengan cara mengisi kuesioner yang telah dibagikan secara sukarela kepada 20 orang pengguna jasa yang sudah pernah menggunakan layanan PT. Pos Cabang Cikutra ataupun yang sudah lama menjadi

pelanggan tetap dari PT. Pos Cabang Cikutra. Survey pendahuluan ini dilakukan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan yang diberikan PT.Pos Cikutra memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen. Hasil dari pra survey dapat dilihat pada Tabel 1.3 untuk dimensi kualitas pelayanan sebagai berikut:

Tabel 1.3
Hasil Pra Survey Kualitas Pelayanan

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1.	PT. Pos Cabang Cikutra memiliki pengaturan dan penataan ruangan yang nyaman	5	15
2.	Karyawan PT. Pos Cabang Cikutra dapat memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan	8	12
3.	Karyawan PT. Pos Cabang Cikutra selalu siap untuk melayani pelanggan setiap waktu	7	13
4.	Karyawan PT. Pos Cabang Cikutra bersedia menanggapi keluhan pelanggan dengan cepat dan tepat	17	3
5.	Karyawan PT. Pos Cabang Cikutra bersikap sabar, ramah dan sopan terhadap pelanggan dan dapat diandalkan	11	9
	JUMLAH	48	52
	%	48%	52%

Sumber: data diolah 2023

Berdasarkan Tabel 1.3 dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan dari PT.Pos Cabang Cikutra masih Belum dapat dikatakan maksimal, sebab dari 5 pertanyaan yang tertera dari pra survey diatas, 3 diantara memiliki jawaban “Tidak” lebih banyak yang artinya mayoritas tidak setuju dengan pernyataan tersebut Berikut kesimpulan yang dapat dari hasil pra survey kualitas pelayanan:

1. 15 dari 20 responden menjawab TIDAK, terkait PT.Pos Cabang Cikutra memiliki pengaturan dan penataan ruangan yang nyaman
2. 12 dari 20 responden menjawab TIDAK, terkait karyawan PT.Pos Cabang Cikutra dapat memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan
3. 13 dari 20 responden menjawab TIDAK, terkait PT.Pos Cabang Cikutra

selalu siap untuk melayani pelanggan setiap waktu

4. 3 dari 20 responden menjawab TIDAK, terkait PT.Pos Cabang Cikutra bersedia meluangkan waktu untuk menanggapi permintaan konsumen dengan cepat dan tepat
5. 9 dari 20 responden menjawab TIDAK, terkait PT.Pos Cabang Cikutra bersikap sabar, ramah dan sopan terhadap pelanggan

Tabel 1.4
Hasil Pra Survey Loyalitas Konsumen

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1	Saya akan menggunakan jasa PT.Pos Cabang Cikutra kembali	6	14
2	Saya akan merekomendasikan jasa pengiriman barang di PT.Pos Cabang Cikutra	5	15
3	Saya tidak perpaling pada layanan jasa pengirim barang lainnya	7	13
	Jumlah	18	42
	%	30%	70%

Sumber: data diolah 2023

Berdasarkan tabel 1.4 dapat dilihat bahwa keseluruhan responden menyatakan tidak setuju terhadap pernyataan yang tertera pada pra survey loyalitas konsumen diatas, yang artinya responden tidak menaruh loyalitasnya kepada PT.Pos Cabang Cikutra akibat kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawannya yang tidak maksimal. Berikut kesimpulan yang didapat dari hasil pra survey loyalitas konsumen :

1. 14 dari 20 responden menjawab TIDAK, terkait konsumen yang akan kembali menggunakan Jasa PT.Pos cabang Cikutra
2. 15 dari 20 responden menjawab TIDAK, terkait konsumen yang akan merekomendasikan barang di PT.Pos Cabang Cikutra
3. 13 dari 20 responden menjawab TIDAK, terkait konsumen yang tidak akan

berpaling pada layanan jasa di PT.Pos Cabang Cikutra

Berdasarkan temuan hasil pra survey dan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas pelanggan di PT.Pos Cabang Cikutra Kota Bandung.”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, identifikasi masalah yang akan dikemukakan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas pelayanan pada di PT.Pos cabang Cikutra menurun
2. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT.Pos cabang Cikutra belum maksimal. Hal ini dapat diketahui berdasarkan hasil pra survey tentang kualitas pelayanan dengan skor rata – rata sebesar 52% pelanggan memberikan pernyataan tidak setuju.
3. Loyalitas Pelanggan PT.Pos cabang Cikutra Bandung belum maksimal. Hal ini dapat diketahui berdasarkan hasil pra survey tentang Loyalitas Pelanggan dengan Skor rata – rata sebesar 70% pelanggan memberikan pernyataan tidak setuju.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dipaparkan diatas, maka penulis memutuskan untuk membuat batasan permasalahan dengan maksud agar penelitian ini mampu dilakukan secara lebih dan sungguh - sungguh. Oleh karena itu, penelitian ini hanya dibatasi pada 2 (dua) variabel saja yaitu :

1. Kualitas Pelayanan sebagai variabel bebas (X)
2. Loyalitas Konsumen sebagai variabel terikat (Y)

Objek analisis pada penelitian ini merupakan pelanggan/konsumen dari PT. Pos Bandung.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah dipaparkan diatas, maka dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas pelayanan pada PT. Pos cabang Cikutra Kota Bandung .
2. Bagaimana loyalitas pelanggan pada PT. Pos cabang Cikutra Kota Bandung
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Pos cabang Cikutra Kota Bandung.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk memperoleh informasi dan data tentang kualitas pelayanan dan loyalitas.

1. Mengetahui, menganalisis dan mendeskripsikan dan kualitas pelayanan pada PT. Pos Cabang Cikutra Kota Bandung.
2. Mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis loyalitas pelanggan pada PT. Pos Cabang Cikutra Kota Bandung.
3. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Pos Cabang Cikutra Kota Bandung.

1.6 Kegunaan Penelitian

Penelitian berhadapan dengan dilakukannya penelitian ini, dapat memberikan manfaat - manfaat secara teoritis dan juga praktis. Manfaat secara teoritis dan praktis yang di maksud ialah sebagai berikut :

1.6.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menaruh manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang manajemen pemasaran

1.6.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

1. Mengimplementasikan apa yang telah dipelajari dibangku kuliah dan menerapkannya dilapangan secara langsung tepatnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen guna menambah wawasan pada bidang manajemen pemasaran.
2. Sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana ekonomi di Universitas Sangga Buana YPKP

b. Bagi Perusahaan

Sebagai media bagi perusahaan untuk mempertimbangkan kembali sekaligus memperbaiki kualitas pelayanan yang sudah ada dengan maksud untuk meningkatkan tingkat loyalitas konsumennya.

1.7 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di kantor pos cabang Cikutra Kota Bandung yang berlokasi Jalan P.H.H Mustopa, Cikutra, Kec. Cibeunying Kidul, Kota Bandung Jawa Barat 4015.

