

# BAB I

## PENDAHULUAN

Pada pengantar bagian ini, terdapat rangkuman singkat mengenai konten dari Bab 1 yang berfokus pada Pendahuluan. Bab 1 Pendahuluan mencakup beberapa aspek, antara lain latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan kerangka penelitian.

### 1.1 Latar Belakang

Kompetisi di dunia bisnis saat ini tidak hanya terbatas pada sektor manufaktur, melainkan juga melibatkan sektor jasa. Jika dalam industri manufaktur persaingan terfokus pada produk, dalam sektor jasa, persaingan lebih berfokus pada kualitas pelayanan (Alfarisyi dan Andesta, 2022). Bersaing untuk mencapai tingkat keunggulan dalam pelayanan jasa merupakan suatu keharusan bagi para pemangku usaha saat ini (Ichsan dan Nasution, 2022). Mengamati situasi tersebut, pasar perlu dikelola dengan pendekatan sistematis untuk meraih manfaat dari pertumbuhan Kepuasan pelanggan yang terus berkembang (Zebua dkk, 2023). Untuk menjaga kelangsungan produk dan eksistensi perusahaan, perusahaan harus memiliki pemahaman mendalam terhadap perubahan yang terjadi. Di dalam ranah industri, perusahaan dihadapkan pada tuntutan untuk mencari metode yang efisien dalam menghasilkan produk dan jasa (Febriani dan Dewi, 2019). Salah satu industri yang berkembang secara signifikan saat ini yaitu industri jasa pengiriman (Mardikaningsih, 2021).

Industri jasa pengiriman yang memiliki peran penting dalam memfasilitasi pergerakan barang dan paket antara individu, bisnis, dan lokasi yang berbeda. Dengan pertumbuhan perdagangan elektronik dan *e-commerce*, permintaan terhadap layanan pengiriman semakin meningkat. Oleh karena itu, perusahaan jasa pengiriman harus berinovasi dan beradaptasi dengan cepat untuk tetap bersaing dan memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Persaingan yang ketat dan

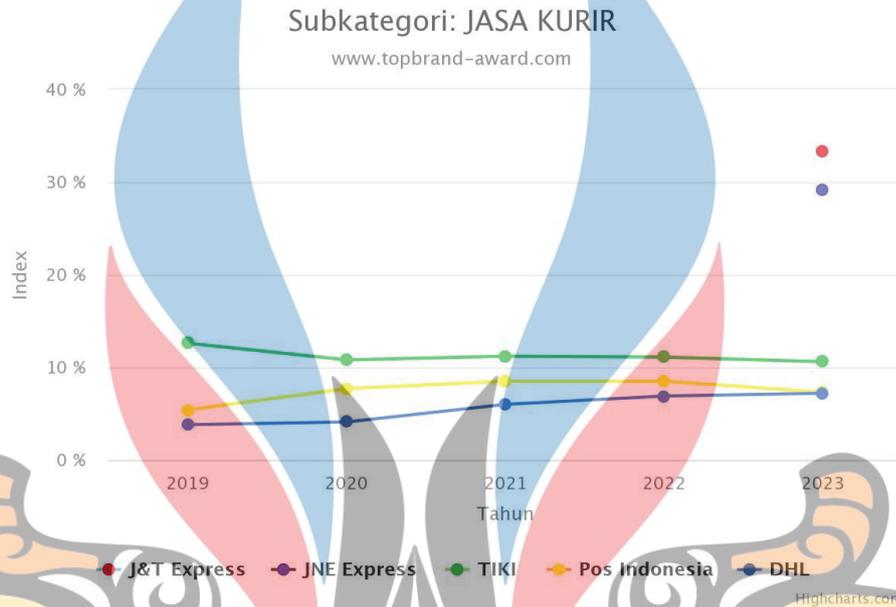
pertumbuhan pesat dalam industri ini menuntut perusahaan-perusahaan pengiriman untuk terus mengembangkan strategi yang inovatif dan efektif agar dapat bersaing dan unggul di pasar (Darmawan dan Gatheru, 2021).

Kualitas layanan menjadi inti yang sangat signifikan dalam industri jasa pengiriman, karena berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan atau masyarakat. Kepuasan dapat tercapai apabila pelaksanaan kualitas layanan dilakukan dengan optimal (Syahfitri dan Kusnanto, 2021). Kualitas pelayanan publik mencakup kapabilitas organisasi pelayanan publik dalam memberikan layanan yang memuaskan para pengguna jasa, baik melalui aspek pelayanan teknis maupun administratif (Purwasih dkk, 2022). Pengunjung yang merasa puas dengan mutu pelayanan akan terus mengunjungi tempat tersebut tanpa ragu. Kepuasan pengunjung berperan dalam mempertahankan eksistensi dan mendukung perkembangan, asalkan layanan tetap dijaga dengan baik. Sebaliknya, pengunjung yang tidak puas dengan kualitas pelayanan cenderung enggan kembali ke tempat tersebut. Faktor persaingan semakin diperkuat dengan banyaknya opsi pasar di kota metropolitan ini, yang mengharuskan setiap pasar bersaing untuk menonjolkan keunggulannya (Purwasih dkk, 2022).

Kantor Pos Karang Joang yang terletak di Jl. Soekarno Hatta No.28, Karang Joang, Kecamatan Balikpapan Utara, Kota Balikpapan, Kalimantan Timur merupakan divisi yang dibentuk oleh PT. Pos Indonesia, perusahaan yang termasuk dalam Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan beroperasi di sektor layanan pengiriman berita, uang, dan barang dengan jaringan pelayanan terluas yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang BUMN, Pasal 1 menjelaskan bahwa Perusahaan Perseroan (Persero) adalah BUMN yang berbentuk perseroan terbatas dan memiliki modal saham dengan distribusi minimal 51% dimiliki oleh Negara Republik Indonesia. Keberadaan BUMN seperti PT. Pos Indonesia merupakan implementasi konkret dari investasi negara dalam sektor bisnis, yang bertujuan untuk mendorong dan mengembangkan aktivitas perekonomian nasional (Aini, 2017).

Penghargaan *Top Brand Award* diberikan kepada merek-merek yang diakui memiliki reputasi dan citra yang sangat positif di pasar. Pemberian penghargaan *Top Brand Award* biasanya didasarkan pada data survei yang mengukur Kepuasan

dan preferensi konsumen terhadap berbagai merek dalam kategori tertentu. Adapun parameter yang digunakan untuk menentukan penerima *Top Brand Award* yaitu *Top of Mind, Last Usage dan Future Intention*. Berikut ini merupakan *Top Brand Award 2023* dalam kategori *service*.



**Gambar 1.1** Index Jasa Pengiriman Indonesia

Sumber: (Topbrand-award.com, 2023)

Berdasarkan data yang tersedia, dapat ditarik kesimpulan bahwa PT. Pos Indonesia, sebagai inisiator dalam penyediaan layanan pengiriman di Indonesia, memiliki perbedaan yang cukup besar dengan pesaingnya seperti J&T Express, JNE Express, dan TIKI. Tren menunjukkan bahwa PT. Pos Indonesia mengalami penurunan dari tahun 2022 ke 2023, setelah sebelumnya mengalami peningkatan dari 2019 hingga 2021.

**Tabel 1.1** *Top Brand Award* Jasa Kurir Indonesia Tahun 2023

No.	Brand	Top Brand Index
1	J&T Express	33.30%
2	JNE Express	29.10%
3	TIKI	10.60%
4	Pos Indonesia	7.30%
5	DHL	7.20%

Sumber: (Topbrand-award.com, 2023)

Dari tabel 1.1 dapat diketahui bahwa Pos Indonesia mendapatkan nilai *Top Brand Index* sebesar 7,30% yang sangat jauh perbandingannya dengan pesaing *J&T Express* dan *JNE Express*. Terdapat sejumlah respons dan komentar dari pengguna layanan jasa pengiriman paket, melibatkan isu seperti kelambatan dalam proses pengiriman, ketidakantaran kurir dalam mengantarkan paket hingga tujuan sehingga konsumen perlu datang ke kantor untuk mengambilnya, lamanya proses antrian, dan pelayanan yang kurang memuaskan yang berasal dari pihak Pos (Google.com, 2023).

Situasi tersebut menjadi suatu tantangan bagi PT. Pos Indonesia untuk meningkatkan mutu layanan kepada pelanggan guna bersaing lebih baik dengan pesaingnya. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang bersifat pendahuluan untuk mengkaji isu tersebut dengan mengadakan studi dan mendistribusikan kuesioner kepada pelanggan, khususnya di Kantor Pos Karang Joang, salah satu cabang PT. Pos Indonesia.

**Tabel 1.2** Nilai Gap *Service Quality*

DIMENSI KUALITAS JASA	KEPENTINGAN		KEPUASAN		GAP
	NILAI	AVERAGE	NILAI	AVERAGE	
<i>Tangibles</i>	127,60	4,25	125,20	4,17	<b>-0,08</b>
<i>Reliability</i>	176,53	5,88	164,07	5,47	<b>-0,42</b>
<i>Responsiveness</i>	189,51	6,32	177,69	5,92	<b>-0,39</b>
<i>Assurance</i>	129,60	4,32	117,20	3,91	<b>-0,41</b>
<i>Empathy</i>	127,75	4,26	120,00	4,00	<b>-0,26</b>

Sumber: Data dikelola (2023)

Dari hasil tabel 1.2 dapat diketahui total Gap dimensi menunjukkan nilai negatif yang berarti kepuasan pelanggan masih belum terpenuhi. Berdasarkan hasil wawancara awal dengan Pak Kasyful Khuziri selaku kepala cabang di Kantor Pos Karang Joang, diketahui bahwa hingga saat ini Kantor Pos Karang Joang belum pernah melakukan survei untuk mengevaluasi kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Oleh karena itu, belum diketahui apakah pelayanan yang diberikan sudah memenuhi standar yang baik. Dalam konteks ini, penting bagi Kantor Pos Karang Joang untuk segera melakukan analisis kualitas pelayanan mereka. Hal ini akan membantu menentukan apakah pelayanan mereka sudah memadai dan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan saat ini di Kantor Pos Karang Joang. Ada beberapa metode yang dapat digunakan, seperti Metode *Service*

*Quality*, *Customer Satisfaction Index*, dan Metode *Importance Performance Analysis*, untuk mengukur kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh Kantor Pos tersebut.

Dalam mendeteksi perbedaan atau ketidaksesuaian antara Kepentingan dan Kepuasan pelanggan terhadap layanan, dapat menggunakan pendekatan metode *service quality*. Metode ini digunakan untuk mengukur kualitas layanan dari berbagai dimensi atribut, sehingga menghasilkan nilai gap (kesenjangan) yang mencerminkan perbedaan antara Kepuasan responden terhadap layanan yang diinginkan. Gap ini adalah selisih antara harapan responden terhadap layanan yang diinginkan dengan realitas layanan yang diterima oleh responden (Satria, 2019). Metode *service quality* memiliki keunggulan yang meliputi penekanan pada kepuasan pelanggan, pengukuran yang terukur, pendekatan sistematis, fokus pada proses, serta umpan balik dan perbaikan yang berkelanjutan (Jurcik, 2021). Untuk mengevaluasi tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau layanan secara keseluruhan, dapat digunakan metode *Customer Satisfaction Index*. *Customer Satisfaction Index* adalah indeks yang digunakan untuk mengukur sejauh mana pelanggan merasa puas secara menyeluruh, dengan mempertimbangkan tingkat kepentingan dari berbagai atribut produk atau layanan yang diukur (Widodo dan Sutopo, 2018). Keunggulan metode *Customer Satisfaction Index* yaitu Mengukur Kepuasan pelanggan secara terukur, Basis data untuk pengambilan keputusan, Basis untuk perbaikan berkelanjutan, dan Identifikasi masalah spesifik (Jantarakolica dkk, 2019). *Importance Performance Analysis* adalah metode yang dapat digunakan untuk menilai mutu pelayanan, mengidentifikasi atribut yang perlu mendapatkan prioritas dalam upaya perbaikan, dan menggambarkan kepuasan pelanggan terkait urgensi dan efektivitasnya dari sudut pandang layanan. (Dani dkk, 2022). Adapun keunggulan dari metode *Importance Performance Analysis* yaitu Prioritas tindakan, Pemahaman kepuasan pelanggan, Basis pengambilan keputusan yang kuat, Segmentasi pelanggan, Perbaikan berkelanjutan, dan Pemilihan strategi bisnis yang tepat (Mudjanarko dkk, 2020).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Hidayat (2020) terkait Penelitian ini berfokus pada evaluasi tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan, terutama di Bank BRI Syariah yang sebelumnya belum pernah mengevaluasi

kepuasan nasabah terkait pelayanannya. Jika kepuasan nasabah berada di bawah tingkat kepentingan, ini dapat menghasilkan ketidakpuasan. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi atribut-atribut kualitas layanan yang dianggap signifikan berdasarkan kepuasan nasabah, dan menilai tingkat kepuasan terhadap kualitas layanan di Bank BRI Syariah. Metode *Importance Performance Analysis* digunakan untuk menilai tingkat kepentingan dan kepuasan atas atribut kualitas layanan di Bank BRI Syariah. Di sisi lain, Metode *Customer Satisfaction Index* digunakan untuk mengevaluasi kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan tersebut. Hasil analisis *Importance Performance Analysis* menunjukkan bahwa atribut yang menjadi prioritas utama untuk peningkatan kinerja terletak di kuadran I, mencakup pelayanan cepat dan kemudahan memperoleh informasi. Atribut yang memerlukan perbaikan berada di kuadran III, termasuk kotak saran dan kritik, ketersediaan brosur, kemudahan pemahaman tentang promosi, intensitas komunikasi dengan nasabah, pemberian perhatian individual, dan responsif terhadap saran dan kritik. Berdasarkan hasil analisis *Customer Satisfaction Index*, tingkat kepuasan nasabah mencapai 79%, menunjukkan bahwa nasabah merasa puas dengan kualitas layanan yang diberikan oleh Bank BRI Syariah (Hidayat, 2020).

Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa sangat penting dilakukannya analisis kualitas pelayanan di Kantor Pos Karang Joang guna mengevaluasi sejauh mana kualitas pelayanan yang telah diberikan. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk menilai tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diterima, serta memberikan rekomendasi yang relevan untuk peningkatan pelayanan Kantor Pos Karang Joang di masa depan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berfokus pada "Mengevaluasi Kualitas Layanan Menggunakan Metode *Service Quality*, *Customer Satisfaction Index*, Dan *Importance Performance Analysis*". Dengan demikian, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu Kantor Pos Karang Joang meningkatkan pelayanan yang diberikan dengan menerapkan rekomendasi yang diperoleh dari penelitian tersebut.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan masalah yang akan menjadi bahasan yaitu:

1. Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh Kantor Pos Karang Joang kepada para pelanggan berdasarkan pendekatan Metode *Service Quality* dan *Customer Satisfaction Index*?
2. Apa saja atribut yang menjadi tingkatan prioritas untuk ditingkatkan dalam hal kualitas pelayanan pada pelanggan di Kantor Pos Karang Joang, berdasarkan metode *Importance Performance Analysis*?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang muncul, tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menilai kualitas pelayanan yang diberikan oleh Kantor Pos Karang Joang kepada para pelanggan berdasarkan pendekatan Metode *Service Quality* dan *Customer Satisfaction Index*.
2. Memerinci atribut-atribut yang menjadi prioritas untuk ditingkatkan terkait kualitas pelayanan pada pelanggan di Kantor Pos Karang Joang, berdasarkan Metode *Importance Performance Analysis*.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari pelaksanaan penelitian tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi Mitra, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai informasi atau acuan bagi Kantor Pos Karang Joang dalam menerapkan meningkatkan kualitas layanan yang optimal.
- b. Bagi Peneliti, dapat mengukur dan memetakan kualitas pelayanan jasa dengan menggunakan Metode *Service Quality*, *Customer Satisfaction Index* dan *Importance Performance Analysis*.

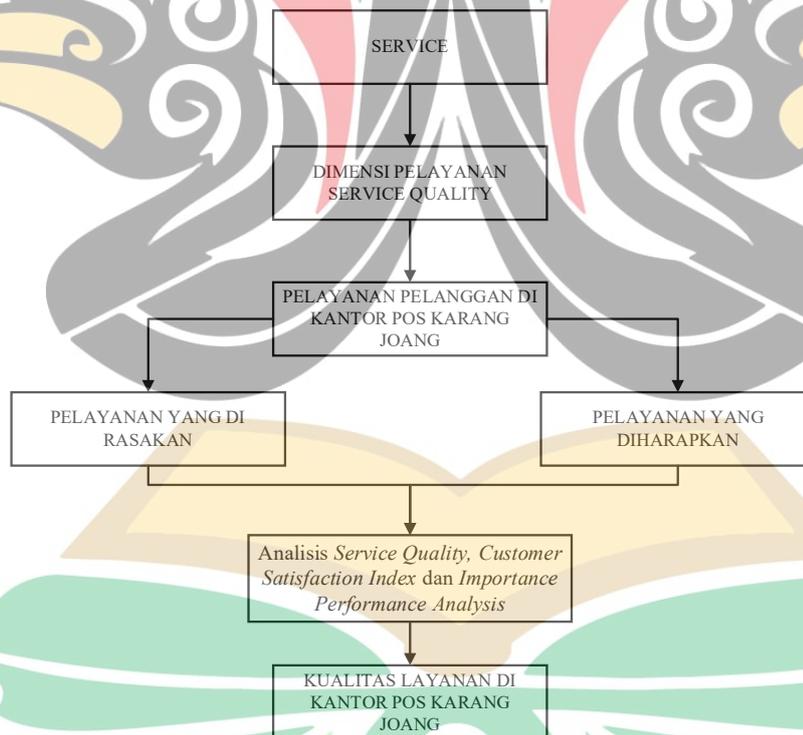
## 1.5 Batasan Penelitian

Batasan masalah yang digunakan dalam penelitian tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Objek dari penelitian adalah fokus pada tingkat kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos
2. Responden yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah para pelanggan yang menggunakan layanan di Kantor Pos Karang Joang dengan kriteria responden berusia 17-65 tahun dan minimal telah melakukan 1 kali kunjungan.
3. *Service Quality* berfokus pada Gap 5 (*Tangibles, Reliability, Responsiveness, assurance, dan empathy*)

## 1.6 Kerangka Pemikiran

Adapun kerangka berpikir pada penelitian tugas akhir ini adalah sebagai berikut:



**Gambar 1.2** Kerangka Pemikiran

Sumber: (peneliti, 2023)