

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Setiap perusahaan dituntut untuk membuat pelanggan merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, mengingat perusahaan harus mampu untuk mempertahankan posisi pasarnya ditengah persaingan yang semakin ketat. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggan.

Suatu pelayanan dikatakan berkualitas apabila pelayanan tersebut mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan yang menerima pelayanan karena pada dasarnya suatu pelayanan berkualitas akan selalu terkait dengan pelayanan yang terbaik dan sesuai dengan standarisasi yang ada di setiap perusahaan, yakni bagaimana para birokrat menunjukkan suatu sikap pelayanan atau cara karyawan dalam melayani pelanggan atau masyarakat secara baik dan memuaskan. Suatu pelayanan dikatakan memuaskan apabila pelayanan tersebut dapat memenuhi harapan para pelanggan sehingga menjadi tugas para penyedia dan pemberi jasa, dalam hal ini para birokrat pelayanan yang di tuntun kemampuannya untuk dapat memenuhi harapan masyarakat sebagai pelanggan atas jasa tersebut.

Apabila perusahaan gagal dalam memuaskan pelanggan karena kinerja dan pelayanannya yang tidak baik maka akan timbul masalah yang lebih kompleks lagi yaitu adanya dampak bad *word-of-mouth* dan akibatnya perusahaan akan mengalami kerugian.

Perubahan dalam dunia usaha yang semakin cepat mengharuskan perusahaan untuk merespon perubahan yang terjadi, masalah pokok yang dihadapi perusahaan-perusahaan saat ini adalah bagaimana perusahaan tersebut menarik pelanggan dan mempertahankannya agar perusahaan tersebut dapat bertahan dan berkembang. Perubahan teknologi informasi yang berkembang cepat, mengharuskan berbagai perusahaan dapat memberikan solusi yang tepat dan cepat sesuai kebutuhan atau keinginan pelanggan, sehingga pelanggan puas dan akan bertahan berlangganan. Untuk menjawab masalah tersebut, pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Dalam pemasaran modern, paradigma pemasaran telah bergeser, tidak hanya menciptakan transaksi untuk mencapai keberhasilan pemasaran tetapi perusahaan harus menjalin hubungan dengan pelanggan dalam waktu yang panjang.

Dalam dunia bisnis, pelanggan merupakan salah satu faktor kunci dalam mencapai keberhasilan karena pelanggan sebagai pengguna dari suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu produsen akan berusaha memberikan yang terbaik kepada pelanggan termasuk dalam hal pelayanan. Untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, produsen diharapkan mengetahui harapan pelanggan.

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki pelanggan. Sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan tersebut. Persaingan yang ketat antar perusahaan mendorong setiap perusahaan untuk memberikan layanan terbaik kepada pelanggannya. Masing-masing perusahaan mempunyai program yang terus diperbarui. Program tersebut dapat berbentuk layanan-layanan baru

yang semakin memudahkan pelanggan, semua itu dimaksudkan untuk sebanyak mungkin menarik masyarakat menjadi pelanggan baru, juga untuk mempertahankan supaya pelanggan lama tidak beralih ke pos atau pengiriman lain. Hal ini mendorong bisnis jasa perposan untuk mencari cara yang mendatangkan keuntungan dengan cara mendiferensiasikan diri mereka terhadap pesaing. Bisnis perposan merupakan bisnis jasa yang berdasarkan pada azas kepercayaan sehingga masalah kualitas layanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

PT Pos Indonesia (Persero) adalah salah satu BUMN yang cukup ternama di Indonesia yang bergerak dibidang jasa surat menyurat, giro, pengiriman atau penukaran uang dan logistik. Berdiri pada tanggal 26 Agustus 1976 di Batavia sebagai badan penjamin kegiatan surat menyurat tenaga kerja oleh pemerintahan Belanda. Awalnya kantor Pos Indonesia pertama kali berada di Batavia kemudian menyusul ke kantor kedua di Semarang, berfungsi untuk menjamin keamanan surat menyurat antar penduduk yang datang dan pergi ke Belanda di jaman pemerintahan Hindia-Belanda, setelah melewati beberapa proses perubahan organisasi dan nama, maka status Pos Indonesia Perseroan Terbatas dengan nama PT.Pos Indonesia (Persero) pada Juni 1995. ([www.posindonesia.co.id](http://www.posindonesia.co.id)).

Seperti perusahaan perposan pada umumnya, PT.Pos Indonesia (Persero) cabang Helvetia Kota Medan juga menawarkan produk-produk penghimpunan yang antara lain paket biasa dan surat kilat khusus. Selain itu PT.Pos juga menawarkan produk pelayanan seperti pembayaran rekening listrik (PosPay,

seluler, listrik (PLN), air minum (PDAM), pajak, asuransi, angsuran kredit (Finance), kartu kredit, pengisian pulsa, zakat, sodakoh, infak dan lain-lain) dan weselpos instan (Remittance).

PT.Pos juga menyadari bahwa bisnis perposan syarat akan bisnis jasa sehingga pelayanan adalah ujung tombak dari bisnis. Membuat motto “Tepat Waktu Setiap Waktu (On Time Every Time)”. Selain dari kualitas pelayanan, yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah masalah lokasi yang merupakan tempat dimana suatu usaha dioperasikan / dijalankan. Lokasi menjadi begitu penting karena berpengaruh terhadap dimensi-dimensi pemasaran strategis seperti competitive positioning, fleksibilitas, focus strategis, dan manajemen permintaan.

Lokasi fasilitas jasa juga merupakan salah satu faktor krusial yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu jasa, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial penyedia jasa. Secara garis besar, ada dua kemungkinan pertimbangan dalam hal lokasi fasilitas jasa. Pertama, pelanggan mendatangi lokasi fasilitas jasa dan yang kedua adalah penyedia jasa yang mendatangi pelanggan. Selain itu, penyedia jasa dimungkinkan mengkombinasikan keduanya.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT.Pos Indonesia (Persero) Cabang Helvetia Kota Medan“.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis merumuskan beberapa permasalahan yang akan diteliti secara lebih mendalam. Rumusan masalah tersebut sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Helvetia Kota Medan ?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Helvetia Kota Medan ?
3. Apakah kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan PT. POS Indonesia (Persero) Cabang Helvetia Medan?

## **C. Tujuan Penelitian**

Dengan melihat rumusan masalah diatas tujuan dari penelitian yang hendak dicapai oleh penulis yakni :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Helvetia Kota Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap tingkat kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Helvetia Kota Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap tingkat kepuasan pelanggan PT. POS Indonesia (Persero) Cabang Helvetia Medan.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **a. Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan masukan bagi perusahaan guna menambah pengetahuan dan informasi mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos (Persero) Indonesia Cabang Helvetia Kota Medan sehingga hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan dalam mengambil kebijakan perusahaan.

### **b. Bagi Universitas**

Hasil penelitian ini dapat diharapkan menjadi referensi tambahan untuk menambah pengetahuan dan pemahaman studi mengenai kualitas pelayanan.

### **c. Bagi Penulis**

Kegiatan penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman yang bermanfaat bagi penulis sebagai bekal dalam bekerja dikemudian hari.

### **d. Bagi Pihak Lain**

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah ilmu pengetahuan serta dapat memberikan informasi sebagai bahan referensi dan perbandingan bagi peneliti lain yang ingin meneliti berkaitan dengan masalah ini sehingga dapat melanjutkan penelitian ini untuk menjadi penelitian yang lebih baik lagi serta dapat manambah referensi perpustakaan.