

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah.

Perusahaan akan selalu berusaha agar tujuannya dapat tercapai secara maksimal serta dapat mempertahankan kelangsungan usahanya. Tuntutan kerja dan target yang ditetapkan oleh perusahaan harus dapat dicapai dan menjadi tanggungjawab bersama dari seluruh unit-unit kerja. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan pengintegrasian yang baik diantara faktor-faktor produksi yang ada dalam perusahaan.

Persaingan antar perusahaan merupakan hal yang tidak dapat di hindari dimana setiap perusahaan harus mampu bertahan hidup dengan berbagai bentuk persaingan yang ada. Banyak cara yang di tempuh sebuah perusahaan untuk tetap bertahan dengan cara menetapkan suatu kebijakan perusahaan dalam melihat peluang pasar dan menciptakan *image* yang baik di kalangan konsumen.

Tingkat persaingan khususnya di sektor jasa lebih diutamakan akan jenis pelayanan dan kualitas produk yang di tawarkan ke konsumen, terutama jasa yang diberikan apakah mempunyai nilai positif di benak konsumen, sehingga konsumen merasa puas setelah memakai jasa tersebut. Dalam suatu perusahaan salah satu tujuan utamanya untuk menciptakan keuntungan (*profit*) bagi perusahaan dan berupaya untuk menjual produk atau jasa guna meningkatkan omset penjualan.

Persaingan yang terjadi pada perusahaan jasa pengiriman barang atau dokumen adalah tarif (harga) yang dibebankan pada barang atau dokumen, biasanya tergantung pada berat dan jenis barang serta Kota tujuan pengiriman barang tersebut, misalnya antara: TIKI (titipan kilat) dan Kantor Pos Besar II Yogyakarta dalam hal ini Paket Pos Kilat 1 hari sampai dengan tujuan seluruh Kota-kota besar di Indonesia. Pada dasarnya kunci pokok memenangkan persaingan ini sebenarnya terletak pada pelayanan secara keseluruhan, sehingga dapat memenuhi harapan dan memuaskan konsumen.

Kepuasan konsumen terhadap suatu produk sangat penting terlebih akan produk atau jasa yang di tawarkan kepada konsumen dimana konsumen akan mulai menilai dari segi pelayanan, keramahan, ketepatan waktu pengiriman, harga, dan jaminan atas barang atau paket sangat mempengaruhi kondisi daripada produk atau jasa yang ada.

Konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan perusahaan (Basu Swastha, 1996 :17). Dalam penelitian ini dasar penentuan atribut-atribut adalah dimensi kualitas jasa pengiriman di Kantor Pos Besar Yogyakarta

Dari paradigma diatas dapat di jelaskan bahwa kunci dari pada memasarkan suatu produk atau jasa ke pasar adalah berusaha mempertahankan sikap konsumen. Di samping itu bahwa pada prinsipnya loyal terhadap pelanggan merupakan strategi pemasaran yang baik

terutama dalam menjaga *image* agar dapat mengantisipasi persaingan yang ada.

Penelitian ini di lakukan pada konsumen Pos Pengiriman PT. Kantor Pos Besar yang terletak di jalan Panembahan Senopati No.2 Yogyakarta dimana perusahaan ini bergerak dalam sektor pelayanan jasa pos. Fokus yang ingin dikaji dalam penelitian ini lebih diarahkan pada pertanyaan bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut-atribut produk yang di tawarkan oleh jasa Pengiriman di Pos Besar Yogyakarta dan dimensi kualitas jasa yang terbaik menurut konsumen terhadap atribut-atribut ditinjau dari profil konsumen yang meliputi : jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan pendapatan. Dari latar belakang masalah diatas, maka penulis mengambil judul **“Penilaian Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Kantor Pos Di Yogyakarta“**.

1.2. Rumusan Masalah.

Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- a. Bagaimana Penilaian Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Kantor Pos Di Yogyakarta ?.
- b. Dimensi kualitas jasa mana yang terbaik menurut penilaian Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Kantor Pos Yogyakarta ?
- c. Apakah ada perbedaan penilaian konsumen terhadap dimensi kualitas Jasa Pengiriman ditinjau dari profil responden yang meliputi : jenis kelamin, tingkat pendidikan dan pendapatan ?.

1.3. Batasan Masalah.

Dalam penelitian ini penulis menentukan batasan masalah terhadap permasalahan yang diteliti agar penelitian lebih terarah, batasan tersebut antara lain :

1. Atribut jasa yang akan diteliti di Kantor Pos Di Yogyakarta. Atribut yang diteliti 5 dimensi kualitas jasa pelayanan, terdiri dari :
 - a. *Reliability (keandalan)* adalah kemampuan yang dapat diandalkan, akurat dan konsisten dalam mengerjakan jasa yang sesuai dengan yang diinginkan konsumen (Yazid, 2001:108).
 - b. *Responsiveness (daya tanggap)* adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan dan membantu konsumen dengan segera (Yazid, 2001:108).
 - c. *Assurance (jaminan)* yang dimaksud dengan assurance disini adalah keandalan dalam memberikan pelayanan jasa kepada konsumen, dapat dipercaya serta kejujuran dari pemberi jasa (Yazid, 2001:109).
 - d. *Emphaty*, yang dimaksud dari emphaty adalah melakukan upaya untuk mengenali kebutuhan konsumen (Yazid, 2001:109).
 - e. *Tangibel* yaitu berupa penampilan atau pemberian fasilitas yang dibutuhkan oleh konsumen baik itu berupa peralatan, personel dan material-material komunikasi (Yazid, 2001:110).
2. Profil konsumen dibatasi pada :
 - a. Jenis kelamin.
 - b. Tingkat Pendidikan.
 - c. Pendapatan.

1.4. Tujuan Penelitian.

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa pengiriman Kantor Pos Di Yogyakarta.
- b. Untuk mengetahui dimensi kualitas jasa yang terbaik menurut penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa Pengiriman Kantor Pos Di Yogyakarta.
- c. Untuk mengetahui ada perbedaan penilaian konsumen terhadap dimensi kualitas Jasa Pengiriman ditinjau dari profil responden yang meliputi : jenis kelamin, tingkat pendidikan dan pendapatan.

1.5. Manfaat Penelitian.

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

- a. Bagi Perusahaan.

Sebagai bahan masukan khususnya yang berkaitan dengan kepuasan konsumen, sehingga menjadi dasar pertimbangan untuk menentukan langkah-langkah yang tepat dalam pengambilan keputusan dimasa yang akan datang.

- b. Bagi Peneliti.

Sebagai wadah untuk menerapkan ilmu manajemen, khususnya pemasaran sesuai dengan ilmu yang dipelajari pada saat belajar dan untuk menambah pengetahuan peneliti.

c. Bagi Pihak Lain.

Memberikan tambahan informasi dibidang pemasaran khususnya mengenai kepuasan konsumen

1.6. Hipotesis.

Adapun hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Penilaian Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Kantor Pos Di Yogyakarta adalah baik.
- b. Dimensi kualitas pelayanan yang terbaik bagi konsumen adalah *Responsiveness* (daya tanggap) Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Kantor Pos Di Yogyakarta.
- c. Ada perbedaan penilaian konsumen terhadap dimensi kualitas Jasa Pengiriman ditinjau dari profil responden yang meliputi : jenis kelamin, tingkat pendidikan dan pendapatan.

1.7. Sistematika Penulisan.

Sistematika penulisan dalam penelitian ini dilakukan untuk memberikan gambaran secara umum mengenai bab yang akan dibahas.

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN.

Bab ini berisikan hal-hal yang menyangkut latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, hipotesis, metode penelitian, metode analisis data, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI.

Bab ini berisikan uraian teoristik yang digunakan sebagai dasar untuk mendukung penelitian ini.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini diuraikan mengenai tentang metodologi penelitian dari data yang dikumpulkan baik data primer maupun data sekunder dan pengolahan data.

BAB IV : ANALISIS HASIL

Dalam bab ini berisi tentang pengolahan dan analisis data hasil penelitian

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisikan tentang kesimpulan dari penelitian dan saran yang dianggap perlu sebagai hasil dari kesimpulan penelitian.