

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi dan persaingan yang sangat berkembang pesat, menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan para konsumennya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan konsumen, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi para konsumennya.

Kegiatan pemasaran tidak hanya ditujukan pada peningkatan penjualan, namun lebih pada bagaimana perusahaan tersebut dapat bertahan ditengah-tengah persaingan yang semakin ketat dan berhasil memenangkan persaingan dalam dunia bisnis. Kondisi seperti ini yang mendorong suatu perusahaan supaya dapat memberikan kepuasan kepada para konsumennya melalui pelayanan serta memberi harga yang sesuai dengan kualitas produk kepada setiap konsumennya. Perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama. Tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan konsumen dalam pernyataan misinya, iklan, maupun *public relations release*.

Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan pelayanan yang baik dan kepuasan kepada konsumen melalui penyampaian barang dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Kepuasan konsumen merupakan suatu penilaian atas setiap kinerja barang atau

jasa yang dihasilkan oleh perusahaan yang dapat memunculkan perasaan senang ataupun perasaan kecewa. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan bagian dari pengalaman konsumen terhadap suatu barang atau jasa yang ditawarkan. Besarnya keuntungan juga ditentukan oleh faktor kepuasan dari konsumen. Apabila konsumen sudah merasa puas terhadap suatu produk atau jasa maka akan terjadi perubahan *potensial costumer* menjadi *loyalitas konsumen*, yang selanjutnya akan terjadi pembelian ulang pada barang ataupun jasa tersebut.

Barang atau jasa haruslah memberikan kepuasan kepada para konsumennya. Konsumen akan memilih barang atau jasa yang memberikan nilai maksimal bagi mereka sehingga dapat memberikan kepuasan yang maksimal pula. Apabila sebuah perusahaan memberikan kualitas pelayanan yang baik, maka diharapkan mampu memenuhi harapan konsumen dan akhirnya mampu memberikan nilai yang maksimal serta menciptakan kepuasan bagi konsumennya dibanding kompetitor-kompetitor yang ada.

Dampak positif dari pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan dan kesetiaan konsumen serta keinginan untuk melakukan pembelian kembali yang tentunya akan meningkatkan pendapatan yang diterima dari produk yang telah terjual. Agar dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang, maka perusahaan dituntut untuk mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas, maka dengan begitu konsumen akan merasa mendapat kepuasan tersendiri dan merasa dihargai sehingga mereka senang dan bersedia untuk menjadi konsumen tetap.

Harga adalah satu-satunya unsur dalam bauran pemasaran yang akan mendatangkan laba bagi setiap perusahaan. Harga merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi kegiatan-kegiatan dalam perusahaan yang berfungsi menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Layaknya sebuah unit usaha, kantor pos merupakan suatu lembaga yang diorganisir dan dijalankan agar kelangsungan hidup serta perkembangannya dapat terpelihara dengan baik. Seiring dengan meningkatnya tuntutan masyarakat mengenai kebutuhan akan jasa dan pelayanan yang berkualitas, maka hal ini merupakan tantangan bagi suatu perusahaan sekaligus peluang bagi mereka untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen.

Keberhasilan dari sebuah perusahaan adalah bagaimana cara perusahaan itu mempertahankan konsumennya dengan cara memberikan pelayanan yang baik, selain kualitas pelayanan yang diinginkan oleh konsumen, faktor harga juga menjadi salah satu pertimbangan bagi para konsumen. Perusahaan tentu saja harus dapat memberikan suatu pelayanan yang baik dan menyenangkan bagi pelanggan. Tujuannya agar pelanggan merasa puas, oleh karenanya pelayanan harus berkualitas. Salah satu unsur pelayanan berkualitas adalah kecepatan dan ketepatan. Kecepatan disini terkait dengan *timing* (waktu), yakni lamanya proses pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Sedangkan ketepatan mengarah pada hasil dari proses pelayanan, yakni apakah pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan keinginan dan permintaan konsumen.

Perusahaan-perusahaan jasa pengiriman barang swasta nasional yang ada di Indonesia meliputi: TIKI dan perusahaan jasa pengiriman barang swasta multinasional, antara lain adalah DHL, Fedex (*Federal Expresss*), TNT. Semua

perusahaan tersebut dalam pelayanannya telah memberikan pelayanan yang tergolong prima, seperti pelayanan *express* (cepat) dan pelayanan jejak lacak kiriman (*track and trace*) dengan keunggulan masing-masing, misalnya TIKI menawarkan layanan *same day service*, DHL menyediakan layanan DHL FIRST secara *door to door service* dengan jaminan ketepatan waktu penerimaan di negara tujuan pada hari yang sama dengan hari pengiriman (*same day delivery*) dan *fedex express same day* merupakan layanan dari fedex untuk penerimaan kiriman pada hari yang sama dengan hari pengirimannya.

Perusahaan jasa yang bergerak dalam bidang pengiriman barang semakin berkembang. Perkembangan perusahaan jasa tersebut merupakan kompetitor yang perlu dicermati dan diwaspadai keberadaannya oleh PT Pos Indonesia. Jika PT Pos Indonesia dalam memberikan pelayanan kurang memuaskan atau kurang memenuhi kebutuhan bagi konsumennya, maka konsumen dapat mengalami kekecewaan dan kekecewaan ini dapat berakibat konsumen PT Pos Indonesia berpindah menggunakan jasa-jasa pengiriman barang pada perusahaan swasta yang lain. Dalam persaingannya, perusahaan-perusahaan berupaya memberikan kepuasan pelanggan, karena berdampak pada mempertahankan pelanggan dalam jangka panjang dan memerlukan biaya yang lebih murah daripada mencari dan menarik pelanggan baru.

Banyak sekali kantor pos yang beroperasi di Indonesia baik kantor pos cabang maupun kantor pos pusat yang memberikan pelayanan untuk pengiriman ataupun penerimaan surat dan paket pos lainnya, seperti halnya dengan Kantor Pos Bangkalan. Kantor Pos Bangkalan banyak menawarkan pelayanan jasa berupa pengiriman ataupun penerimaan surat dan paket pos. Selain pengiriman dan penerimaan surat, kantor pos juga bisa melayani pembayaran rekening

listrik, air, ataupun membayar angsuran atau kredit sepeda motor dan lainnya. Selain itu kantor pos ini juga mempunyai pelayanan jasa seperti pengantaran paket pos. Paket pos disini adalah layanan hemat untuk pengiriman barang-barang berharga dalam cakupan nasional maupun internasional. Jadi konsumen dapat menggunakan jasa paket pos ini untuk mengirim barang-barang berharganya kepada seseorang yang ada didalam negeri ataupun diluar negeri dengan biaya yang hemat dan cara yang mudah.

Layanan jasa selain paket pos diantaranya pos kilat khusus dan pos express. Pos kilat khusus merupakan pengiriman surat pos serta barang berharga yang mengandalkan kecepatan kiriman dan menjangkau ke seluruh pelosok Indonesia. Sedangkan pos express adalah layanan istimewa dari kantor pos untuk kota tujuan tertentu di Indonesia yang mengedepankan akurasi pengiriman, cepat, tepat, mudah dilacak dengan harga kompetitif. Jenis layanan pos express seperti: *sameday service* merupakan kiriman pada saat transaksi, tiba di tempat tujuan di hari yang sama. *Nextday service* yaitu kiriman pada saat transaksi, tiba di tempat tujuan keesokan harinya. Adanya layanan tersebut, semakin memudahkan konsumen dalam memakai jasa dari kantor pos untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Kantor Pos Bangkalan juga melayani di bidang jasa keuangan, yaitu pengiriman dan penerimaan uang dari dan keluar kota ataupun keluar negeri.

Transaksi di Kantor Pos Bangkalan pada tahun 2011 sebanyak 782.798, sedangkan pada tahun 2012 sebanyak 759.389 transaksi, baik berupa pengiriman surat, paket pos ataupun pada jasa keuangannya. Padahal dari pihak kantor pos sudah memberikan harga yang terjangkau dan kualitas pelayanan yang baik. Dilengkapi dengan fasilitas yang diberikan juga memadai, seharusnya

transaksi pada kantor pos tersebut tidak mengalami penurunan. Adanya penurunan transaksi menunjukkan bahwa konsumen yang datang semakin berkurang dan terjadi ketidakpuasan konsumen pada kantor pos tersebut. Perusahaan diharapkan selalu bisa mengadakan evaluasi atas kualitas pelayanan yang diberikan selama ini selain dari segi kualitas pelayanan, perusahaan harus mengevaluasi dalam penetapan harga dari suatu barang atau jasanya, sehingga dapat dijadikan bahan evaluasi dalam pencapaian tujuan perusahaan secara maksimal dan dalam usaha menciptakan kepuasan bagi para konsumennya.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah, maka penulis tertarik mengajukan sebuah penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Pada Kantor Pos Bangkalan)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, permasalahan yang dihadapi oleh kantor pos tersebut adalah terjadinya penurunan dari transaksi konsumen akibat adanya ketidakpuasan dalam diri konsumen dan mengevaluasi perusahaan agar tetap bisa memberikan kepuasan bagi para konsumennya, Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Kantor Pos Bangkalan?
2. Variabel manakah yang dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen Kantor Pos Bangkalan?

1.3 Tujuan penelitian

Dalam melakukan sebuah penelitian perlu ditentukan terlebih dahulu tujuan penelitian agar tidak kehilangan arah dalam melakukan penelitian. Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Kantor Pos Bangkalan.
2. Untuk mengetahui variabel yang dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen Kantor Pos Bangkalan.

1.4 Manfaat penelitian

Beberapa manfaat yang diharapkan adalah:

1. Bagi Perkembangan Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, wawasan serta menambah khasanah kepustakaan khususnya dalam penelitian tentang kepuasan konsumen.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan akan menghasilkan informasi yang bermanfaat sebagai bahan evaluasi terhadap efektifitas dan efisiensi dalam menerapkan strategi untuk menciptakan kepuasan bagi konsumen.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan ilmu pengetahuan yang penulis dapatkan di bangku kuliah didalam kondisi praktis yang ada di masyarakat dibidang ilmu manajemen, khususnya manajemen pemasaran tentang kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan.