

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

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

Perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap dan terus menerus dan yang didirikan, bekerja, serta berkedudukan dalam wilayah negara Indonesia untuk tujuan memperoleh keuntungan/laba berdasarkan Pasal 1 huruf "b" Undang Undang No 3 Tahun 1982 tentang wajib daftar perusahaan. Menurut Molengraff, perusahaan adalah keseluruhan perbuatan yang dilakukan secara terus menerus, bertindak ke luar, untuk memperoleh penghasilan, dengan cara memperdagangkan atau menyerahkan barang, atau mengadakan perjanjian perdagangan. Berdasarkan pendapat Molengraff tersebut, terdapat unsur-unsur perusahaan yang harus dipenuhi, yaitu: Dilakukan secara terus menerus, untuk memperoleh penghasilan, dengan cara memperdagangkan barang-barang, dengan cara menyerahkan barang-barang, dan dengan cara mengadakan perjanjian perdagangan (Berlianty, 2019).

Pendapat lainnya dikemukakan oleh Polak (dalam Berlianty, 2019) yang memberikan definisi berbeda tentang perusahaan karena Polak memandang perusahaan dari sudut pandang komersial, artinya baru dikatakan perusahaan apabila diperlukan perhitungan laba rugi yang dapat diperkirakan dan dicatat dalam pembukuan laba rugi pada unsur-unsur lain. Polak mengakui ada unsur-unsur lain itu terbukti dari penjelasannya bahwa apakah suatu perusahaan dijalankan dengan cara-

cara yang lazim atau tidak, dapat diketahui dari keteraturan menjalankan perusahaan itu dan bukan dijalankan secara gelap.

Adapun dalam hal ini bentuk-bentuk perusahaan secara umum dapat dikelompokkan berdasarkan kriteria perorangan dan persekutuan, perbadan hukum dan non badan hukum, milik swasta dan milik negara/daerah, nasional dan asing, serta skala usaha besar, mikro, kecil dan menengah. Sangatlah sulit untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk usaha pada item-item yang disebutkan terakhir ini, karena kriterianya tidak bertumpu pada bentuk, melainkan pada skala kepemilikan modal (*scala of business*) (Sumadi, 2020).

PT. Pos Indonesia (Persero) merupakan salah satu perusahaan jasa yang mengutamakan pelayanan terhadap *customer*. Pos Indonesia merupakan sebuah perusahaan milik Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang layanan pos. Saat ini, bentuk badan usaha Pos Indonesia merupakan Perseroan Terbatas dan sering disebut dengan PT. Pos Indonesia. Bentuk usaha Pos Indonesia ini berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1995. Peraturan Pemerintah tersebut berisi tentang pengalihan bentuk awal Pos Indonesia yang berupa perusahaan umum (perum) menjadi sebuah perusahaan persero (dalam Puspita dkk, 2019).

PT. Pos Indonesia (PT. Pos) merupakan perusahaan jasa dengan jaringan distribusi yang terbesar di Indonesia. Berdasarkan informasi dari data website BUMN, jumlah kantor pos lebih dari 4.000 kantor dengan sebarannya di 24.000 titik layanan dan telah mencakup 100 persen kota dan Kabupaten di Indonesia serta telah

menjangkau hampir seluruh Kecamatan di wilayah Indonesia. PT. Pos Indonesia (Persero) juga didukung oleh kendaraan layanan bergerak sebanyak 418 unit, 10.523 unit kendaraan truk dan mobil dinas, 19.502 karyawan, 3.729 unit kantor pos online, serta 24.674 unit point of sales (dalam Anisha dkk, 2019).

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) saat ini tercatat puluhan perusahaan jasa/ekspedisi menjadi pilihan masyarakat untuk pengiriman barangnya melalui jasa kurir, beberapa diantaranya yakni Wahana Logistik, Cahaya Logistik, Indah Logistik, PT Pos Indonesia, Tiki, JNE, J&T Express, SiCepat, Ninja Express, DHL Express dan lain sebagainya. Dengan banyaknya bisnis jasa tersebut menjadikan konsumen memiliki banyak pilihan untuk memilih tempat jasa ekspedisi atau titipan kilat yang dapat dipercaya serta memberikan pelayanan yang terbaik dan memuaskan.

Dalam hal ini pesatnya pertumbuhan perusahaan ekspedisi mendorong persaingan yang ketat sehingga banyak perusahaan ekspedisi terutama PT. Pos Indonesia melakukan inovasi baik dalam produk, layanan dan fasilitas yang dimiliki. Fasilitas dikatakan sebagai sarana dan prasarana yang disediakan untuk dipakai atau dipergunakan serta dinikmati oleh konsumen. Dengan adanya fasilitas yang baik akan menimbulkan suatu tingkat kepuasan yang tinggi dalam benak konsumen tentang perusahaan tersebut (dalam Dewi, 2016).

Dalam mengevaluasi kepuasan dan ketidakpuasan terhadap suatu perusahaan tertentu, faktor penentu yang digunakan bisa berupa kombinasi dari dimensi kualitas jasa. Kualitas jasa akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, semakin baik

kualitas jasa maka konsumen akan semakin puas. Sebaliknya, semakin buruk kualitas jasa yang diberikan maka konsumen semakin tidak puas.

Menurut Sunyoto (dalam Purnomo dkk, 2021) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkatan kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai harapan maka konsumen akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka konsumen akan merasa puas dan senang. Menurut Sunyoto (dalam Purnomo dkk, 2021) juga menjelaskan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang, setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Selain itu, menurut Kotler & Keiler (dalam Ruslim & Mukti, 2016) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) suatu produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.

Menurut Fikri dan Ritonga (dalam Rahma, 2020) ada lima faktor yang menentukan tingkat kepuasan konsumen yakni: Kualitas (produk, pelanggan akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas). Emosional, (pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum kepadanya bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi). Harga (produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang *relative* murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya).

Biaya, (pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut. Kualitas pelayanan, (terutama untuk industry jasa, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan).

Menurut Wyckof (dalam Hartini, 2017) kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. kualitas pelayanan merupakan suatu pernyataan tentang sikap terhadap perbandingan antara harapan dengan kinerja. Pada umumnya harapan konsumen merupakan perkiraan atau keyakinan tentang apa yang akan diterimanya apabila ia membeli atau menggunakan suatu produk baik barang maupun jasa, sedangkan kinerja atau hasil yang diterima setelah menggunakan produk yang dibeli. Sedangkan menurut Boyt dkk (dalam Ruslim & Mukti, 2016) kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai sebuah bidang pembelajaran yang telah dikembangkan untuk mendefinisikan dan menggambarkan bagaimana pelayanan disampaikan dalam kondisi tertentu agar dapat memuaskan pelanggan atau menerima.

Berdasarkan hasil wawancara awal yang telah dilakukan kepada Kepala Pimpinan PT. Pos Indonesia Batusangkar Kabupaten Tanah Datar pada tanggal 01 Juli 2022 mengenai kepuasan konsumen, bahwasanya kepala pimpinan mengatakan ada beberapa *complain* dari konsumen mengenai permasalahan dalam pengiriman paket. Konsumen mengeluh karena sering terjadi keterlambatan waktu pengiriman

dan sampainya barang ke tujuan, pengiriman tidak sesuai dengan jadwal yang telah disampaikan petugas kepada konsumen. Sehingga ada sebagian konsumen yang datang ke kantor pos hanya ingin mengetahui keadaan barang tersebut. Berdasarkan wawancara yang dilakukan kembali pada tanggal 5 November 2022, penyebab keterlambatan pengiriman paket dan keterlambatan saat menerima paket ialah disebabkan oleh beberapa hal yaitu, adanya kesalahan petugas dalam proses persortiran paket seperti kesalahan dalam memisahkan barang sesuai wilayah, selain itu petugas terkadang juga terlalu lama saat melakukan proses persortiran paket, ini biasanya terjadi pada saat *overload*, selain itu juga disebabkan karena petugas yang kurang cepat dalam proses persortiran paket. Penyebab lainnya ialah karena kurang telitnya petugas saat melihat alamat konsumen, seperti kesalahan nomor rumah, sehingga barang/paket yang akan dikirim menjadi tertukar atau salah kirim, ini menyebabkan konsumen terlambat menerima paket dan harus menghubungi pihak kantor pos, kemudian konsumen menjemput kembali paket tersebut ke kantor pos.

Serta peneliti juga melakukan wawancara kepada beberapa konsumen dari PT. Pos Indonesia Batusangkar Kabupaten Tanah Datar pada tanggal 01 Juli 2022. Berdasarkan hasil wawancara tersebut, konsumen mengatakan ada beberapa hal yang membuat konsumen sering mengeluh mengenai kualitas pelayanan yang di kantor pos Batusangkar. Konsumen mengatakan bahwa sering mengeluh karena proses tunggu yang terlalu lama. Selain itu konsumen juga mengeluh mengenai barang/paket yang sering datang terlambat atau telatnya pengiriman yang dilakukan oleh petugas, padahal estimasi waktunya telah ditentukan oleh pihak kantor pos, akan tetapi

barang/paket yang datang tidak sesuai dengan ketepatan waktu tersebut, ini membuat konsumen tidak merasa puas dan sering mengajukan komplain ke kantor pos. Wawancara yang dilakukan peneliti terhadap beberapa konsumen mengenai kualitas pelayanan, bahwasanya beberapa pelayanan yang diberikan belum sesuai dengan SOP yang berlaku. Beberapa konsumen mengeluh mengenai pegawai yang kurang tanggap terhadap kondisi ruangan. Selain itu, konsumen juga mengatakan bahwa pegawai juga kurang cepat tanggap dalam proses transaksi sehingga memakan waktu yang lama.

Penelitian tentang hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen sebelumnya pernah diteliti oleh Danang Surya Atmaja (2018) yang berjudul “Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen”. Kemudian penelitian juga dilakukan oleh Ayu Titissari (2017) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia Kediri”. Penelitian terdahulu lainnya juga pernah diteliti oleh Riska Dindasari (2020) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Pos Indonesia Palembang”. Dan juga pernah diteliti oleh Nadya Fikriyatuz Zakiyah (2017) yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen PT. Pos Indonesia Kantor Cabang Malang”. Serta juga pernah diteliti oleh Vera Oktavia (2016) yang berjudul “Kualitas Pelayanan di Kantor Pos Cabang Cikampek Kabupaten Karawang”. Perbedaan peneliti terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah dalam hal sampel penelitian, tempat penelitian dan tahun dilakukannya penelitian.

Berdasarkan fenomena tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul, “Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen pada PT. Pos Indonesia Batusangkar Kabupaten Tanah datar”.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah “Apakah terdapat Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen pada PT. Pos Indonesia Batusangkar Kabupaten Tanah Datar?”

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat “Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen pada PT. Pos Indonesia Batusangkar Kabupaten Tanah Datar”.

### **D. Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan bagi ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Psikologi Industri dan Organisasi.

#### **2. Manfaat Praktis**

##### **a. Bagi Pegawai PT.Pos Indonesia Batusangkar**

Penelitian ini diharapkan agar karyawan PT. Pos Indonesia Batusangkar dapat meningkatkan kualitas pelayanan serta memberikan



pelayanan yang baik bagi konsumen PT. Pos Indonesia Batusangkar Kabupaten Tanah Datar.

b. Bagi Konsumen PT. Pos Indonesia Batusangkar

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan manfaat mengenai kualitas pelayanan kepada konsumen PT. Pos Indonesia Batusangkar Kabupaten Tanah Datar.

c. Bagi Peneliti lainnya.

Bagi peneliti lainnya yang berminat untuk mengangkat tema yang sama diharapkan dapat mempertimbangkan variabel-variabel lain yang lebih mempengaruhi dan dapat menggunakan teori-teori yang lebih terbaru dan berbeda sehingga dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu pengetahuan.