

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di dalam kehidupan sehari – hari kita sering menggunakan berbagai jenis jasa, misalnya : kesehatan, pendidikan, transportasi, hiburan, dan telekomunikasi. Pada umumnya kebanyakan orang membutuhkan jasa logistic/paket karena dengan paket orang dapat mengirimkan suatu barang ke tempat lain tanpa orang tersebut yang harus mengantarkannya.

PT. Pos Indonesia merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa pos. PT. Pos Indonesia memiliki cakupan usaha yang cukup luas seperti usaha di bidang bisnis komunikasi, logistic/paket dan layanan keuangan.

Seiring berjalannya waktu semakin marak pula muncul jasa pelayanan paket baru di Indonesia seperti Titipan Kilat (TIKI), ELTEHA, DHL, 4848 dan sebagainya. Dengan munculnya jasa pelayanan paket baru di Indonesia khususnya di Bandung menyebabkan jumlah konsumen yang menggunakan jasa paket PT.Pos Indonesia berkurang sehingga pendapatan jasa paket PT.Pos Indonesia menurun. Konsumen menuntut jasa pelayanan paket untuk memberikan pelayanan yang baik, cepat dan terpercaya. Jika keinginan konsumen tidak terpenuhi, maka konsumen akan merasa kecewa dan konsumen akan beralih ke jasa pelayanan paket lainnya. Dengan berkurangnya konsumen yang menggunakan jasa paket PT.Pos Indonesia, maka PT. Pos Indonesia ingin memperbaiki hal – hal yang membuat para konsumen merasa tidak puas terhadap layanan yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia sehingga konsumen akan kembali menjadi pelanggan PT. Pos Indonesia dan tetap setia menggunakan jasa paket PT.Pos Indonesia.

1.2. Identifikasi Masalah

Di Indonesia terdapat Undang – undang tentang monopoli PT.Pos Indonesia. Tetapi pemerintah Indonesia tidak melindungi jasa pelayanan paket PT. Pos Indonesia dari jasa pelayanan paket sejenis yang lainnya, dengan kata lain pemerintah tidak melarang suatu perusahaan untuk mendirikan usaha jasa pelayanan paket selain PT. Pos Indonesia. Karena adanya kebebasan tersebut, maka mendorong perusahaan-perusahaan swasta untuk mendirikan jasa paket baru. Semakin banyak jasa pelayanan paket baru di Indonesia khususnya di Bandung dan banyaknya konsumen yang mengeluh kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh jasa paket PT.Pos Indonesia, hal ini menyebabkan jumlah konsumen yang menggunakan jasa paket PT.Pos Indonesia berkurang sehingga pendapatan jasa paket PT.Pos Indonesia menurun. Manajemen PT. Pos Indonesia menyadari dengan munculnya jasa paket pos baru yang menawarkan tarif yang murah, pengiriman yang cepat, pelayanan yang baik , dan lain-lain, dapat membuat para konsumen PT. Pos Indonesia beralih menggunakan jasa paket lain. Untuk mengatasi permasalahan yang terjadi, maka PT. Pos Indonesia ingin memperbaiki hal – hal yang dianggap konsumen tidak memuaskan dengan nilai tingkat kepentingannya.

Manajemen PT. Pos Indonesia belum mengetahui indikator – indikator kualitas jasa. Hal ini menjadi masalah yang harus dihadapi oleh manajemen PT. Pos Indonesia. Selain manajemen PT. Pos Indonesia belum mengetahui indikator – indikator kualitas jasa, masalah lainnya adalah bahwa PT. pos Indonesia belum mengetahui cara mengukur kualitas pelayanan, manajemen PT. Pos Indonesia juga belum mengetahui cara mengidentifikasi penyebab – penyebab terjadinya kesenjangan antara harapan konsumen dengan persepsi manajemen mengenai harapan konsumen, kesenjangan antara spesifikasi standar dengan persepsi, manajemen, kesenjangan antara kinerja karyawan dengan spesifikasi standar, perealisasi janji perusahaan kepada konsumen dengan kinerja karyawan dan kesenjangan antara harapan konsumen dengan persepsi konsumen.

1.3. Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini dilakukan pembatasan masalah sebagai usaha mengantisipasi keterbatasan – keterbatasan yang mungkin dihadapi dan menjaga agar penelitian tetap terfokus pada rumusan tujuan yang telah ditetapkan.

1. Penyebaran kuesioner dilakukan pada pengguna jasa paket yang akan mengirim paket ukuran kecil untuk dalam negeri di PT. Pos Indonesia Jl. Asia Afrika No.49 Bandung.
2. Penyebaran kuesioner dilakukan pada pengguna jasa paket yang melakukan transaksi (pengiriman paket bukan untuk perusahaan/organisasi) di loket pelayanan di PT. Pos Indonesia Jl. Asia Afrika No.49 Bandung.
3. Usulan –usulan perbaikan yang diajukan dan analisis disusun berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis merumuskan beberapa masalah yang akan diteliti dan dibahas dalam penelitian ini:

1. Seberapa baik kualitas jasa di jasa paket pos Indonesia Jl. Asia Afrika No.49 Bandung (gap 5) ?
2. Bagaimana urutan prioritas perbaikan kualitas jasa (gap 5) yang harus dilakukan jasa paket pos Indonesia Jl. Asia Afrika No.49 Bandung ?
3. Bagaimana kesenjangan antara persepsi manajemen dengan harapan konsumen (gap 1) di jasa paket pos Indonesia Jl. Asia Afrika No.49 Bandung ?
4. Bagaimana kesenjangan antara persepsi manajemen dengan spesifikasi kualitas jasa (gap 2) di jasa paket pos Indonesia Jl. Asia Afrika No.49 Bandung ?
5. Bagaimana kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dengan penyampaian jasa (gap 3) di jasa paket pos Indonesia Jl. Asia Afrika No.49 Bandung ?

6. Bagaimana kesenjangan antara penyampaian jasa dengan komunikasi eksternal (gap 4) di jasa paket pos Indonesia Jl. Asia Afrika No.49 Bandung ?
7. Usulan usaha apa yang harus dilakukan PT. Pos Indonesia Jl. Asia Afrika No.49 Bandung untuk meminimasi kesenjangan sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan ?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian mengenai kualitas jasa paket dari PT. Pos Indonesia adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui seberapa baik kualitas jasa di jasa paket pos Indonesia Jl. Asia Afrika No.49 Bandung.
2. Untuk mengetahui urutan prioritas perbaikan kualitas jasa yang harus dilakukan jasa paket pos Indonesia Jl. Asia Afrika No.49 Bandung.
3. Untuk mengetahui kesenjangan antara persepsi manajemen dengan harapan konsumen di jasa paket pos Indonesia Jl. Asia Afrika No.49 Bandung.
4. Untuk mengetahui kesenjangan antara persepsi manajemen dengan spesifikasi kualitas jasa di jasa paket pos Indonesia Jl. Asia Afrika No.49 Bandung.
5. Untuk mengetahui kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dengan penyampaian jasa di jasa paket pos Indonesia Jl. Asia Afrika No.49 Bandung.
6. Untuk mengetahui kesenjangan antara penyampaian jasa dengan komunikasi eksternal di jasa paket pos Indonesia Jl. Asia Afrika No.49 Bandung.
7. Membantu memberikan usulan kepada manajemen PT. Pos Indonesia Jl. Asia Afrika No.49 Bandung untuk meminimasi kesenjangan sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan.

1.6. Sistematika Penulisan

Untuk lebih terstruktur dan terperinci, maka penulis menyusun laporan penelitian ini dengan sistematika sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang dilakukannya penelitian, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori serta konsep yang digunakan penulis sebagai bahan dasar penelitian. Selain itu paada bab ini juga berisi teori mengenai metode pengumpulan, pengolahan dan analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi langkah-langkah dari awal sampai akhir penelitian yang dilengkapi dengan flow chart dan keterangan sehubungan dengan flow chart tersebut.

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

Pada bab ini berisi data umum perusahaan yang diteliti, struktur organisasi, dan data-data yang diperoleh dalam penelitian.

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Pada bab ini berisi pengolahan terhadap data yang diperoleh dalam penelitian. Selain itu pada bab ini juga berisi analisa terhadap hasil pengolahan data.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Penarikan kesimpulan yang berisi rangkuman dari analisis , serta perumusan masalah dalam Bab 1 yang harus dijawab dengan jelas dan ringkas. Selain itu pada bab ini juga terdapat saran yang berisi penelitian lanjutan yang perlu dilakukan, kelemahan dari Tugas Akhir yang disusun penulis dan saran perbaikan untuk perusahaan.

