

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapan kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome) yang sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja di bawah harapan, maka pelanggan akan kecewa dan tidak puas apabila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas. Sedangkan kinerja yang melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas. Salah satu langkah untuk menjaga kepercayaan pelanggan yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan (Sutoyo,2015:2).

Tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yaitu faktor yang sangat penting dalam mengembangkan suatu sistem penyediaan pelayanan yang tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, pelanggan akan selalu mengunjungi dan menggunakan jasa produk perusahaan tersebut (Parasuraman ,2005:18).

Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, sebagaimana di jelaskan oleh Sutoyo (2005) dari hasil penelitian tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang dapat memberikan dampak yang baik terhadap suatu perusahaan dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka.

Setiap perusahaan dituntut untuk membuat pelanggan merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik seperti halnya *Tangibles* (bukti fisik) *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (ketanggapan), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (merasakan), *Competence* (keterampilan), *Courtesy* (sikap sopan), *Credibility* (Terpercaya) mengingat PT. Pos Indonesia (Persero) Kendari harus mampu untuk mempertahankan posisi pasarnya ditengah persaingan yang semakin ketat untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan pada pelanggan (Kotler, 2012:284).

PT. Pos Indonesia (Persero) Kendari saat ini sangat tergantung pada kepuasan para pelanggannya sehingga diperlukan kualitas pelayanan, emosional, harga, biaya yang dapat dirasakan oleh pelanggan dan kemudahan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kendari, di satu sisi dan kemampuan menghasilkan laba di sisi lainnya. perlunya pembenahan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kendari agar mampu memuaskan kebutuhan pelanggannya. Upaya-upaya yang akan dilakukan oleh PT. Pos Indonesia (Persero) Kendari untuk memuaskan kebutuhan konsumen dengan berbagai strategi dan berbagai cara dengan harapan agar pelanggan merasa puas dan selanjutnya mau untuk datang kembali (Valeria, 2011:47).

Pada penelitian sebelumnya yang di lakukan oleh Sutoyo dengan judul yang sama menyatakan bahwa kualitas pelayanan pospayment sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Pos Indonesia Medan yang artinya dengan adanya kualitas pelayanan pospayment yang diberikan pihak Kantor Pos Indonesia maka kepuasan pelanggan semakin meningkat.

PT.Pos Indonesia saat ini juga menerima layanan pospayment dari berbagai pihak swasta yang dijadikan sebagai mitra kerjamelalui pembayaran untuk mempermudah masyarakat, dengan memberikan kualitas jasa dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan dan akan memberikan berbagai manfaat seperti hubungan perusahaan dan para pelanggan yang merasa puas dengan jasa yang di berikan. Dengan adanya transaksi layanan pospay kita akan mengetahui seberapa besar pengaruh pelayanan pospay terhadap pelanggannya sehingga dapat menciptakan kepuasan pelanggan yang dapat menguntungkan perusahaan menjadi lebih baik di mata pelanggan.

Apabila pelanggantelah berubah menjadi pelanggan yang memiliki ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka.

PT.Pos Indonesia (Persero) Kendari harus mampu untuk mempertahankan posisi pasarnya ditengah persaingan yang semakin ketat untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan pada pelanggan.PT. Pos Indonesia (Persero) Kendari saat ini sangat tergantung pada kepuasan para pelanggannya

sehingga diperlukan kualitas pelayanan, emosional, harga, biaya yang dapat dirasakan oleh pelanggan dan kemudahan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kendari, di satu sisi dan kemampuan menghasilkan laba di sisi lainnya. Perlunya pembenahan PT. Pos Indonesia (Persero) Kendari agar mampu memuaskan kebutuhan pelanggannya (Supranto, 2001:87).

Penelitian ini berlatar belakang dari sebuah masalah yang dapat di jadikan sebuah penelitian dimana masih banyak masukan dari pelanggan, mekanisme pelayanan yang masih perlu di benahi, dan perlu meningkatkan promosi aplikasi PosPayment karena masih belum diketahui oleh banyak orang atau penggunanya masih kurang. Dan bagaimana upaya kantor pos untuk tetap konsisten mempertahankan pelanggan atau pengguna pospay mentuntut tetap menggunakan jasa mereka di karenakan semakin banyak jasa-jasa pelayanan swasta atau jasa keuangan lainnya.

Upaya-upaya yang akan dilakukan oleh PT. Pos Indonesia (Persero) Kendari untuk memuaskan kebutuhan konsumen dengan berbagai strategi dan berbagai cara dengan harapan agar pelanggan merasa puas dan selanjutnya mau untuk datang kembali.

Apabila pelanggan telah berubah menjadi pelanggan yang royal karena merasa puas kebutuhannya telah terpenuhi maka konsumen tidak akan pindah ke bagian jasa lainnya. Berdasarkan dari situsweb PT. Pos Indonesia (Persero) saat ini juga menerima pelayanan payment (Pos Pay) yang berdiri sejak tahun 2021, berbagai pihak swasta yang dijadikan sebagai mitra kerja melalui pembayaran kredit bidang Finance, Pembayaran PLN, Telekomunikasi, Perbankan dll. Sehingga

muncul suatu persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan dimana masih kurangnya kualitas pelayanan yang digambarkan sebagai suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara harapan dengan kinerja. Harapan pelanggan dibentuk dan didasarkan oleh beberapa faktor, antara lain : pengalaman masa lalu, pendapat teman, informasi dan janji perusahaan (<https://www.posindonesia.co.id/id>).

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis memilih Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Pos Payment Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kendari.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Pelayanan Pos Payment berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kendari ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian tentang latar belakang dan perumusan masalah. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan Pos Payment berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kendari.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Bagi peneliti baru ataupun calon peneliti yang berminat dalam penelitian sejenis sebagai bahan pemasukan dan pembanding atas penelitian yang akan dilakukan nanti.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menguatkan teori yang ada mengenai Kualitas Pelayanan Payment (*Pos Pay*) terhadap Kepuasan Pelanggan.

3. Bagi Pihak lain

Bisa dijadikan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya dalam bidang yang sama dimasa yang akan datang.

