

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Tuntutan yang sekarang ini ada pada ekonomi global adalah tuntutan untuk berusaha lebih bebas tanpa dibatasi oleh peraturan-peraturan yang dibuat untuk melindungi pihak-pihak tertentu. Tuntutan untuk lebih bebas berusaha ini berlaku untuk semua jenis usaha, termasuk usaha jasa layanan paket pos. Pemerintah Indonesia untuk memenuhi tuntutan tersebut telah melakukan peningkatan deregulasi. Hal ini memicu peningkatan kompetisi antara semua penyelenggara jasa layanan tersebut.

Munculnya berbagai perusahaan jasa kurir baru dengan motif utama penciptaan diversifikasi usaha sebagai bagian dari strategi portfolio bisnis serta upaya menggali kompetensi baru dari beberapa perusahaan swasta nasional maupun BUMN di tanah air. Peluang di atas muncul sebagai konsekuensi logis dari perkembangan kebutuhan masyarakat selaras dengan tuntutan akan kualitas layanan yang terus bergerak, yang secara umum menekankan pada tingginya value dan service atas layanan dan produk yang ditawarkan.

Hal yang turut pula memicu kompetisi antara penyelenggara jasa pos adalah kemunculan berbagai perusahaan jasa kurir asing melalui sistem keagenan, seperti Federal Express, UPS, TNT Sky-pak, Airborne dan berbagai perusahaan multinasional di bidang kurir lainnya, menyusul DHL yang telah terlebih dahulu hadir dengan beraliansi dengan Birotika Semesta, sebagai mitra kerja di Indonesia.

Produksi PT. Pos Indonesia berupa paket pos, pada tahun 2006 tercatat sebanyak 18.414,3 ribu unit. Hal ini ditunjukkan oleh dua jenis paket pos untuk dalam negeri maupun luar negeri. Paket pos dalam negeri yang terdiri dari biasa 16.906 ribu unit, udara sebesar 1.427 ribu unit dan lain-lain. Sementara itu paket pos ke luar negeri yang terdiri dari laut, udara, dan lainnya tercatat sebesar 72,2 ribu unit, 8,1 ribu unit, dan 1 ribu unit. Perbaikan kinerja pengiriman paket dalam negeri maupun ke luar negeri dapat mempengaruhi berkembang pesatnya perusahaan freight forwarder dengan produk-produk yang dapat memberikan

kepuasan kepada pelanggan tentu harus di jawab dengan strategi yang tepat, agar dapat merebut pasar yang saat ini dikuasai oleh competitor.

Pemberlakuan Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) memaksa semua perusahaan yang bergerak di bidang jasa untuk public, seperti pos dan telekomunikasi, untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Bila ini tak dilakukan, maka perusahaan-perusahaan jasa public itu pasti akan terus mendapat protes, keluhan dan gugatan (complaint) dari para pelanggan.

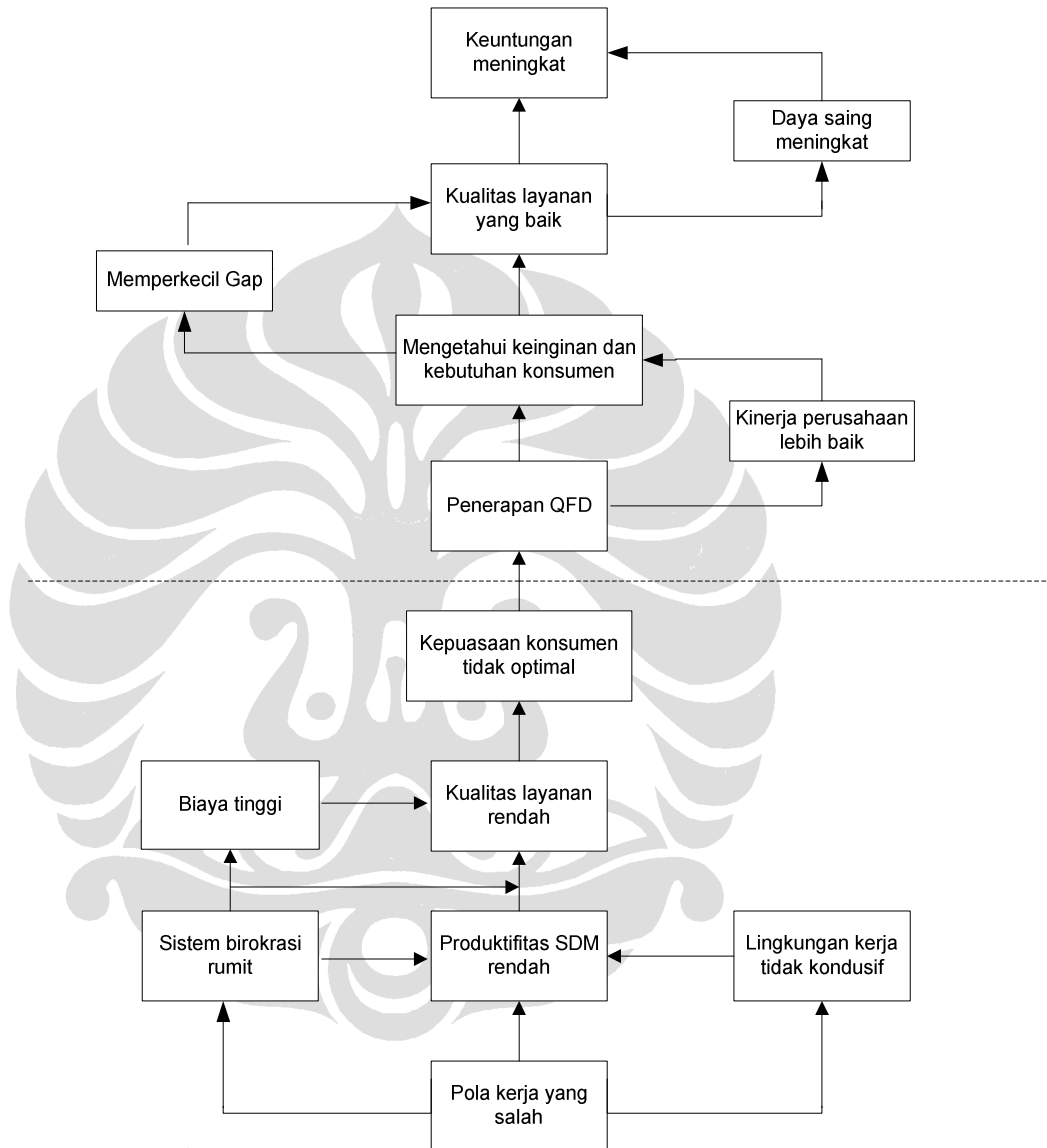
Konsekuensi logis dari pemberlakuan UUPK ini adalah PT. Pos Indonesia harus lebih mencermati lagi sistem dan prosedur operasi yang berlaku untuk berbagai pelayanan yang diberikan, salah satunya adalah layanan pengiriman paket pos.

Upaya menghadirkan layanan yang memiliki value dan service yang memenuhi tuntutan dan kepuasan konsumen inilah yang menjadi bidikan utama dan kemudian digarap dengan baik oleh perusahaan jasa titipan dengan berbagai atribut layanan yang memikat. Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian agar produsen mengetahui suara pelanggan (*voice of customer*) dengan cara mengetahui kelemahan dan keunggulan dari produknya terhadap pesaing yang ada.

Untuk itu pihak pengelola PT. Pos Indonesia harus mengetahui serta memberikan prioritas perhatian terhadap keinginan dan kebutuhan dari pengguna jasa layanan paket pos. Selain itu juga mengevaluasi tingkat kepuasan pengguna atas pelayanan paket pos yang diberikan PT. Pos Indonesia. Selanjutnya keinginan dan kebutuhan pengguna tersebut harus diterjemahkan ke dalam aktivitas-aktivitas operasional organisasi untuk melakukan perbaikan terus-menerus (continual improvement) serta langkah-langkah inovasi (innovative process) bagi peningkatan kualitas pelayanan paket pos.

## 1.2 Diagram Keterkaitan Masalah

Dari latar belakang permasalahan diatas, dapat dapat digambarkan dalam diagram keterkaitan masalah sebagai berikut :



**Gambar 1.1. Diagram Keterkaitan Masalah**

### 1.3 Perumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas, PT. Pos Indonesia dituntut untuk meningkatkan jasa layanan paket pos dengan melakukan perbaikan terus menerus (continual improvement), dan melakukan langkah-langkah inovasi (innovative process), sehingga mampu menarik pengunjung dan memberikan kepuasan kepada penggunanya. Oleh karenanya penelitian ini akan terfokus pada :

1. Apa yang menjadi atribut-atribut pelayanan paket pos yang merupakan customer requirements pengguna jasanya?
2. Atas dasar hubungan antara tingkat kepuasan pengguna dan tingkat pemenuhan pihak pengelola paket pos terhadap kebutuhan pengguna, bagaimana klasifikasi atribut-atribut pelayanan paket pos.
3. Dengan melihat performan kualitas dan klasifikasi atribut-atribut pelayanan secara bersama-sama, atribut-atribut pelayanan apa saja yang perlu dipertahankan kualitasnya? Atribut-atribut pelayanan apa saja yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan kualitasnya ? Serta sampai sejauh mana langkah tersebut dilakukan dalam kaitannya dengan pemenuhan kepuasan pengguna jasa layanan paket pos? di samping itu juga atribut pelayanan apa yang perlu dikembangkan lebih lanjut sebagai innovative process?
4. Dengan mempertimbangkan prioritas yang ada, langkah-langkah apa yang perlu dilakukan oleh pengelola paket pos sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanannya

### 1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui apa yang menjadi atribut-atribut pelayanan paket pos, serta bagaimana performan kualitas atribut-atribut pelayanan paket pos tersebut.
2. Mengetahui klasifikasi atribut-atribut pelayanan paket pos atas dasar hubungan antara tingkat kepuasan pengguna dan tingkat pemenuhan pihak pengelola paket pos terhadap kebutuhan pengguna.

3. Mengetahui atribut-atribut pelayanan paket pos yang perlu dipertahankan, atribut-atribut pelayanan yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan. Selain itu juga untuk mengetahui atribut pelayanan apa yang perlu dikembangkan sebagai innovative process.
4. Mengetahui langkah-langkah prioritas yang perlu dilakukan, sebagai upaya peningkatan kualitas pelayanan.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

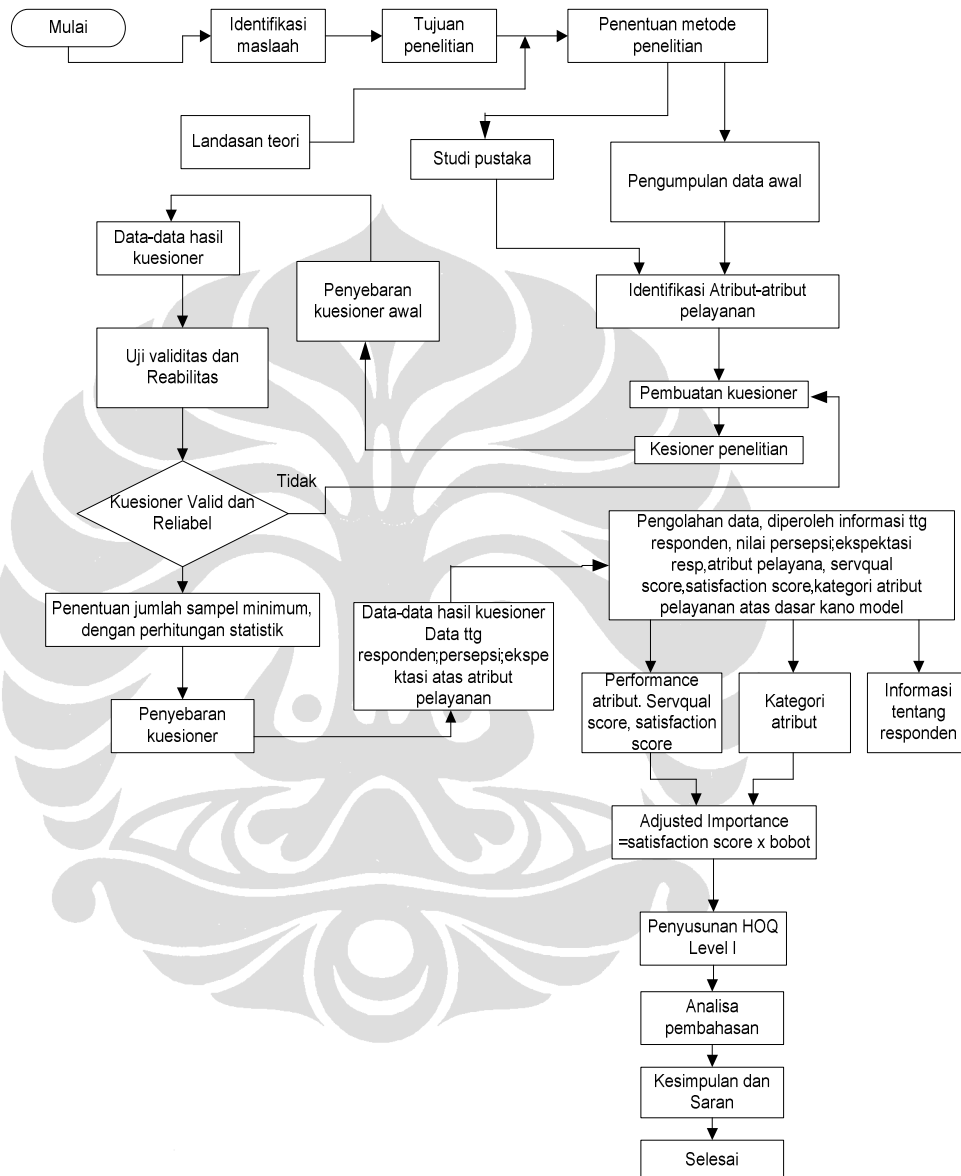
1. Dapat mengetahui apa yang menjadi kebutuhan atau keinginan pengguna jasa layanan paket pos, dalam bentuk atribut-atribut pelayanan.
2. Dapat melakukan evaluasi terhadap kualitas pelayanan.
3. Dapat mengetahui langkah-langkah prioritas yang perlu dilakukan, sebagai upaya peningkatan kualitas pelayanan.

### **1.6 Batasan Masalah**

1. Penelitian dilakukan di PT. Pos Indonesia, kantor wilayah usaha pos IV dengan alamat Jl. Gedung Kesenian No.2 Lt.III Jakarta Pusat.
2. Penilaian kualitas dan klasifikasi atribut-atribut pelayanan dilakukan atas dasar tanggapan dari responden melalui kuesioner yang disebarkan.
3. Penelitian ini menggunakan Metode QFD sebagai identifikasi keinginan dan kebutuhan konsumen.

## 1.7 Metodologi Penelitian

Untuk menyelesaikan permasalahan, maka perlu disusun langkah-langkah penyelesaian masalah sebagai berikut:



Gambar 1.2. Metodologi Penelitian

## 1.8 Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan, berisi tentang latar belakang permasalahan, pokok permasalahan yang dibahas dan dikaji dalam penelitian, diagram keterkaitan masalah, tujuan dari penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, serta sistematika penulisan. Diharapkan setelah membaca bab satu ini, pembaca akan mengetahui dan memahami terutama apa tujuan penelitian, apa pokok permasalahan yang dibahas serta bagaimana dan dengan cara apa permasalahan tersebut dijawab.

Bab II Tinjauan Pustaka, dalam bab ini akan ditinjau kerangka teori yang mendukung penelitian, meliputi : konsep kualitas, kualitas jasa, metode Servqual, Kano Model, QFD serta pengetahuan statistic yang mendukung. Pemahaman akan konsep-konsep yang digunakan dalam penelitian ini merupakan tujuan dari pemaparan dalam bab II.

Bab III Pengumpulan dan Pengolahan Data, berisikan informasi dan gambaran tentang PT. Pos Indonesia. Diharapkan dengan gambaran dan pemaparan ini, akan dapat diketahui obyek penelitian. Selain itu dalam bab ini, dipaparkan pengumpulan dan pengolahan data kuesioner, yang berisikan penjelasan bagaimana kuesioner disusun dan disebar, bagaimana data-data tersebut dikumpulkan. Selanjutnya akan diuraikan dan dijelaskan bagaimana data-data yang terkumpul tersebut diolah untuk melihat kualitas dan klasifikasi atribut-atribut pelayanan. Selain itu juga, disajikan bagaimana respon teknikal organisasi dan hubungannya dengan atribut-atribut pelayanan. Data-data tersebut diperoleh dari dokumen organisasi dan wawancara. Di bagian akhir akan dijelaskan penyusunan house of quality (matrik QFD) level 1. Dari bab ini akan diketahui profil responden, atribut-atribut pelayanan paket pos, performan kualitas atribut-atribut pelayanan, klasifikasi atribut-atribut pelayanan serta house of quality level 1.

Bab IV Analisa dan Pembahasan, berisikan analisi terhadap hasil pengumpulan dan pengolahan data yang dilakukan pada bab III diatas. Diharapkan bab ini akan menjelaskan bagaimana kualitas pelayanan jasa paket pos, serta hal-hal (langkah-langkah) apa yang harus dilakukan bagi peningkatan kualitas pelayanan paket pos di PT. Pos Indonesia.

Bab V Kesimpulan dan Saran, merupakan bab terakhir yang berisi kesimpulan penelitian serta saran-saran mengenai hal yang dapat dilakukan selanjutnya oleh pihak-pihak yang berkepentingan. Kesimpulan yang didapat, sesuai dengan tujuan penelitian yang dirumuskan pada bab I. Dalam bab terakhir ini juga diharapkan dapat diambil kesimpulan tentang aplikasi metode gabungan Servqual, Kano Model dan QFD dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan.

