

BAB I

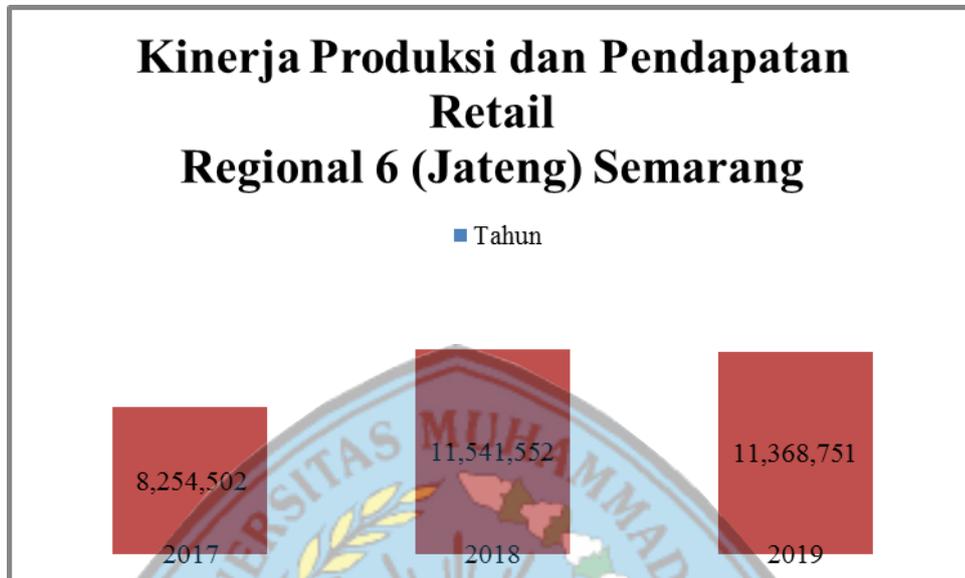
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

PT. POS INDONESIA (PERSERO) Kota Semarang merupakan Perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Indonesia 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, yang bergerak dibidang barang dan jasa antara lain paket pos, paket surat, pembayaran kesehatan, listrik, telpon, angsuran kendaraan roda 2 dan 4.

PT. Pos Indonesia Kota Semarang berkembang dalam kuantitas maupun berkembang secara kualitas. Berkembang secara kuantitas maksudnya semakin banyaknya perusahaan-perusahaan, cabang-cabang, dan agen-agen yang bermunculan baik skala kecil maupun skala besar. Berkembang secara kualitas maksudnya semakin banyak juga perusahaan yang menggunakan teknologi terbaru. Pelanggan dari PT. Pos Indonesia (Persero) Semarang adalah para instansi, pengusaha, pebisnis dan Kementrian Keuangan Tingkat 1 di Semarang

Grafik/Diagram 1.1. Total Produksi PT. Pos Indonesia (PERSERO) Semarang



Sumber : PT. Pos Indonesia (Persero) Semarang

Berdasarkan gambar di atas terlihat untuk 3 tahun terakhir (2017, 2018, 2019) adanya kecenderungan penurunan dan kenaikan produksi pengiriman paket pos dan paket logistik yang terkait di PT Pos Indonesia (Persero) Kota Semarang, hal ini mengindikasikan apakah penurunan ini disebabkan oleh penentuan harga yang kurang tepat, karena memang pada tahun 2019.

Fenomena penurunan paket pos dan logistik tersebut dapat dimungkinkan adanya penurunan. Akibat hasil produksi pengiriman paket pos dan logistik tahun-tahun yang lalu atau belum optimalnya kualitas pelayanan yang dihasilkan sekarang. PT. Kantor Pos Indonesia (Persero) Kota Semarang harus menyikapi secara serius terkait dengan faktor kualitas pelayanan, harga dan promosi pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.

Perusahaan ini telah melakukan perubahan *Price list* (harga), apakah kualitas pelayanan dan promosi turun, tidak seperti hubungan produsen dan konsumen pada umumnya tetapi, ada hubungan kerjasama, jika perusahaan ini tidak meningkatkan kualitas pelayanan terhadap barang dan jasa maka, kemungkinan kepuasan pelanggan instansi, pengusaha (pelanggan) juga mengalami penurunan dan berimbas juga.

Atas dasar latar belakang masalah diatas, maka dalam penelitian ini mengambil judul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT. POS INDONESIA (PERSERO) KOTA SEMARANG” PADA LATAR BELAKANG MASALAH.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan judul penelitian diatas, maka pembahasan akan dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah faktor Kualitas Pelayanan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Semarang?
2. Bagaimanakah faktor Promosi mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Semarang?
3. Bagaimanakah faktor Harga mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Semarang?
4. Bagaimanakah faktor Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Harga secara bersama-sama mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Semarang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan umum penelitian yang hendak dicapai adalah untuk memecahkan permasalahan dalam penelitian ini meliputi:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Semarang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Semarang.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Semarang.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Harga secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Semarang.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu kegunaan dan tentunya juga sebagai acuan bagi semua pihak yang terkait, baik secara teoritis maupun secara praktis adalah sebagai berikut:

1. Dilihat dari aspek pengembangan ilmu pengetahuan, hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah ilmu pengetahuan mengenai manajemen pemasaran, khususnya yang terkait dengan penelitian ini.

2. Hasil penelitian ini di harapkan dapat membantu pihak terkait dengan fenomena yang terjadi di perusahaan dan mengetahui penyebabnya, sehingga memudahkan untuk mencari solusi dan pemecahan.
3. Hasil penelitian ini memberikan gambaran mengenai pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan, sehingga dapat digunakan untuk bahan pertimbangan dalam mengambil kebijakan perusahaan.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penulisan penelitin ini, maka penulis membagi pembahasan ke dalam 5 (lima) bab dengan sistematika sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan

Pada bab ini berisikan Latar Belakang Masalah, merupakan landasan pemikiran secara garis besar, secara teori maupun fakta. Rumusan masalah merupakan pernyataan tentang dari keadaan, fenomena atau konsep yang memerlukan pemecahan ini atau jawaban melalui suatu penelitian. Tujuan Penelitian, tujuan penelitian merupakan suatu indikasi kearah mana penelitian itu dilakukan atau data-data serta informasi apa yang ingin dicapai dari penelitian dan serta informasi apa yang ingin dicapai dari penelitian. Kegunaan Penelitian, kegunaan penelitian merupakan menguraikan isi tujuan di susunnya skripsi. Sistematika Penulisan adalah uraian singkat

mengenai isi dari bab pendahuluan sampai dengan bab penutup.

Bab II : Tinjauan Pustaka

Pada bab ini menguraikan tentang Landasan Teori merupakan uraian-uraian dari hasil kajian pustaka (penelusuran literatur), yang telah dilakukan dari sumber-sumber literatur yang relevan dengan masalah yang diteliti yaitu: Kualitas Pelayanan, Promosi, Harga, Kepuasan Pelanggan dan informasi lain yang akan membentuk kerangka teori yang berguna untuk menyusun penelitian ini. Penelitian terdahulu, penelitian terdahulu merupakan bahasan hasil penelitian sebelumnya yang sejenis. Kerangka pemikiran, kerangka pemikiran merupakan suatu diagram yang menjelaskan secara garis besar alur logika berjalannya sebuah penelitian. Pengembangan hipotesis, pengembangan hipotesis merupakan hipotesis yang dikembangkan dengan menggunakan teori yang relevan atau dengan logika dan hasil-hasil penelitian sebelumnya. Hipotesis, hipotesis merupakan jawaban sementara dari penelitian yang diperlu dibuktikan.

Bab III : Metode Penelitian

Pada bab ini, berisikan Metode Penelitian adalah uraian didalam, Variabel-variabel Penelitian dan Definisi Operasional, merupakan deskripsi ini tentang variabel-variabel dalam penelitian dan yang selanjutnya harus dapat didefinisikan dan secara lebih operasional pendefinisian variabel, harus apa yang sudah dapat dideskripsikan dalam tinjauan pustaka. Penentuan Sampel merupakan hal-hal dan ini yang berkaitan dalam populasi dan jumlah sampel diambilkan dari metode pengambilan sampel, lokasi sampel, dan selanjutnya. Responden yang diminati keterangan atau data.

Jenis dan Sumber Data ,merupakan deskripsi tentang jenis data-data dari variabel-variabel yang didalam penelitian berupa dari data primer dan data sekunder.

Metode Pengumpulan Data ,merupakan metode-metode pengambilan dan penelitian yang dapat digunakan atau penelitian menggunakan sampel-sampel dan yang sudah dideskripsikan oleh mekanisme dari penentuan besaran sampel-sampel yang menurut formulasi. Metode Analisis, merupakan jenis atau model analisis mekanisme alat-alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini.

Bab IV : Hasil dan Pembahasan

Pada bab ini Hasil dan Pembahasan merupakan hal-hal atau bagian ini, yang sangat penting dari keseluruhan karya ilmiah ialah Deskripsi Obyek Penelitian, merupakan secara dideskriptif variabel-variabel yang berkaitan dengan masalah-masalah penelitian. Analisis Data merupakan menyederhanakan data ini kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasi. Pembahasan merupakan analisis-analisis data belum dapat menjawab masalah penelitian, sebab itu data dianalisis dan diperoleh informasi yang relevan, maka hal ini dilakukan interpretasi dan untuk mencari makna dengan lebih luas implikasi hasil analisis, dalam ini perlu diadakan inferensi tentang hubungan dari variabel-variabel yang diteliti dengan demikian ini pembahasan merupakan bagian-bagian dari isi laporan penelitian implikasi dari hasil analisis data diinterpretasi yang dibuat peneliti.

Bab V : Penutup

Pada bab ini berisikan seperti kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan menyajikan secara singkat dalam diperoleh dari semua pembahasan, kesimpulan harus sesuai dengan masalah, tujuan dan hipotesis yang sudah diajukan dalam bab-bab sebelumnya. Saran merupakan anjuran ini

dan disampaikan kepada pihak terkait dari pihak dengan hasil penelitian, hasil pembahasan dan kesimpulan, maka dibuat saran yang diajukan untuk perbaikan pelaksanaan ini (praktek dilapangan) berdasarkan penerapan teori yang digunakan dan saran perbaikan untuk penelitian.

