

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jasa pengiriman merupakan suatu pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada masyarakat umum, dalam hal pengiriman barang dari satu tempat ke tempat lain, secara cepat, aman, mudah, dan dapat dipertanggungjawabkan. Barang-barang yang dapat dikirimkan melalui jasa pengiriman bisa berupa produk, dokumen, barang berharga, logistik, dan lain-lain. Terdapat faktor penting sebagai penunjang dalam melakukan aktivitas pengiriman agar dapat sampai ke tangan konsumen atau pelanggan, yaitu alat transportasi. Alat transportasi yang digunakan dalam jasa pengiriman yaitu berupa transportasi darat, udara, maupun laut, disesuaikan dengan jenis barang yang diangkut serta jarak tempuh pengiriman. Hal ini bertujuan agar pengiriman dapat lebih efektif dan efisien sehingga dapat sampai tujuan dengan cepat.

Di era globalisasi seperti sekarang terlihat perkembangan usaha jasa pengiriman di Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan adanya perkembangan perusahaan jasa pengiriman di bidang swasta yang mulai bermunculan. Dengan adanya perkembangan di bidang jasa pengiriman, tentu saja akan berdampak positif terhadap dunia perlogistikan di Indonesia. Jasa pengiriman berperan penting dalam membantu pengiriman barang oleh pelanggan, pendistribusian produk oleh produsen, serta pengiriman dokumen oleh perusahaan menjadi lebih cepat dan mudah. Dengan adanya perkembangan jasa pengiriman dan dunia perlogistikan yang semakin kompetitif di Indonesia sangat berperan penting, karena hal tersebut

sebagai upaya dalam membangun hubungan baik nasional maupun internasional di era global saat ini. Selain itu, dengan semakin berkembangnya usaha bidang jasa pengiriman yang semakin hari semakin pesat, dapat meningkatkan sistem perekonomian di Indonesia karena sektor pelayanan atau jasa memiliki tujuan penting dalam memberikan pelayanan dan memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia tiap harinya. Peningkatan pengiriman dengan waktu yang singkat juga merupakan peranan penting perkembangan jasa pengiriman yang sangat dibutuhkan masyarakat.

Saat ini banyak perusahaan jasa pengiriman swasta yang mulai bermunculan, seperti JNE, J&T, Tiki, SiCepat, DHL dan lain-lain. Dengan semakin banyaknya perkembangan usaha di bidang jasa pengiriman tentu saja menyebabkan timbulnya persaingan bisnis yang semakin ketat. Adanya persaingan yang semakin ketat yang ditandai dengan perusahaan swasta baru yang berdatangan, memicu para perusahaan untuk terus berlomba-lomba agar mampu berkompetisi dan bertahan dengan para kompetitornya dalam memberikan kualitas pelayanan terbaiknya. Hal tersebut sebagai bentuk usaha untuk mempertahankan para pelanggan agar tidak pindah ke perusahaan lain. Berikut terdapat tabel persaingan perusahaan layanan jasa pengiriman dari tahun ke tahun :

Tabel 1. 1
Perbandingan Layanan Jasa Pengiriman Tahun 2020 – 2022

Jasa Kurir	Top Brand Index (%)		
	2020	2021	2022
JNE	27.30	28.00	39.30
J&T	21.30	33.40	23.10
TIKI	10.80	11.20	11.10
POS INDONESIA	7.70	8.50	8.50
DHL	4.10	6.00	6.90

Sumber : <https://www.topbrand-award.com>, 2023

Dari tabel di atas dapat dilihat JNE menempati urutan pertama, yang terus bersaing ketat dengan J&T, disusul TIKI pada urutan ketiga, dan Pos Indonesia pada urutan keempat, serta yang terakhir yaitu DHL.

Salah satu perusahaan jasa pengiriman yang terus bersaing untuk tetap bertahan dari kompetitornya hingga saat ini yaitu PT Pos Indonesia. PT Pos Indonesia adalah salah satu BUMN di Indonesia yang bergerak di sektor layanan jasa pengiriman. Tidak hanya pengiriman barang, PT Pos Indonesia juga melayani jasa pengiriman dokumen, surat dan uang. PT Pos Indonesia adalah perusahaan jasa logistik tertua di Indonesia yang masih beroperasi hingga sekarang. Berdasarkan website resmi PT Pos Indonesia tercatat sejarah Kantor Pos pertama didirikan hingga kini sudah beroperasi selama 276 tahun. Saat ini statusnya yaitu Perseroan Terbatas (PT) oleh karena itu disebut PT Pos Indonesia. PT Pos Indonesia memiliki cabang yang hingga saat ini sudah hampir 24 ribu titik yang terletak di seluruh penjuru Indonesia. PT Pos Indonesia Kantor Cabang Kebumen adalah satu dari

sekian banyak cabang kantor pos yang masih bertahan dan melakukan pelayanan kepada pelanggan di masa persaingan jasa pengiriman sekarang yang semakin ketat. Berlokasi di Jl. Pahlawan No.169, Keposan, Kebumen, Jawa Tengah 54311, hingga sekarang sudah berusia 138 tahun.

Pelayanan yang dilakukan PT Pos Indonesia Cabang Kebumen masih terus melakukan perbaikan hingga saat ini. Berbagai pelayanan dikembangkan, guna memenuhi pelayanan yang berkualitas. Namun kenyataannya PT Pos Indonesia Kantor Pos Cabang Kebumen dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat masih kalah saing dengan perusahaan layanan jasa sejenisnya. Apalagi sekarang semakin banyaknya perusahaan layanan jasa pengiriman baru sebagai pesaing yang dapat dikatakan lebih mampu menggaet pelanggan. Terbukti dengan adanya jumlah pengguna layanan jasa pengiriman yang mengalami penurunan. Pada data selama empat tahun terakhir, dari tahun 2019 hingga tahun 2022, jumlah penggunaan layanan jasa kiriman mengalami kenaikan dan penurunan. Untuk melihat angka penurunan dengan jelas terdapat pada tabel berikut ini :

Tabel 1. 2
Pengguna Layanan Kantor Pos Kebumen Tahun 2019 – 2022

No.	Jenis Layanan	Tahun			
		2019	2020	2021	2022
1.	Paket Regular (PKH)	9.570	9.856	9.788	8.997
2.	Pos Express (PE)	1.036	1.249	1.163	1.134
3.	Sameday (Q9)	1.062	1.042	1.240	924
4.	Paket Jumbo Ekonomi (PJE)	374	435	408	338
5.	Pos Biasa Surat (EC3)	350	295	176	258
6.	Paket Jumbo Barang (PJB)	18	4	10	11
7.	Valuable Goods (VG)	1	0	1	3
Jumlah		12.411	12.881	12.786	11.665

Sumber : Laporan Pengguna Jasa Pengiriman Kantor Pos Kebumen Tahun 2019-2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa data pengguna jasa pengiriman pada Kantor Pos Kebumen dari tahun 2019 ke 2020 per jenis layanan rata-rata mengalami penurunan seperti pada jenis layanan Paket Regular (PKH), Pos Express (PE), *Sameday* (Q9), Paket Jumbo Ekonomi (PJE) dan Paket Jumbo Barang (PJB). Sedangkan yang mengalami kenaikan hanya dua jenis layanan yaitu Pos Biasa Surat (EC3) dan *Valuable Goods* (VG). Dari tahun 2019 ke tahun 2020 mengalami angka 12.881 pelanggan. Namun pada tahun 2020 ke tahun 2021 hingga 2022 terus mengalami penurunan dari 12.786 menurun hingga mencapai angka 11.665 pelanggan. Dari data selama empat tahun terakhir diketahui bahwa terdapat penurunan jumlah pelanggan pengguna jasa pengiriman pada Kantor Pos Kebumen. Hal ini perlu menjadi perhatian khusus untuk mengetahui apa penyebab terjadinya penurunan pelanggan pengguna jasa pengiriman.

Pelanggan adalah aset berharga bagi suatu perusahaan jasa, maka dari itu pelanggan harus benar-benar dilayani dengan baik oleh perusahaan agar tidak

beralih ke perusahaan lain. Keputusan pelanggan dalam menggunakan jasa suatu perusahaan berkaitan dengan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan untuk dapat membantu memenuhi kebutuhannya. Dalam hal ini yaitu kebutuhan untuk membantu dalam hal pengiriman. Tidak hanya itu, penggunaan jasa juga dilihat dari apa yang dirasakan pelanggan terkait ekspektasi pelayanan yang diharapkan dengan yang didapat setelah menggunakan jasa pengiriman tersebut. Seperti dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (2016:177) ia menyatakan bahwa keputusan pembelian atau pengguna jasa adalah salah satu perilaku konsumen yang mempelajari tentang bagaimana seseorang, kelompok, maupun organisasi mulai dari menetapkan pilihan, kemudian melakukan pembelian, sampai menggunakan produk atau jasa, persepsi atau pengalaman, serta bagaimana hasil dari pilihannya tersebut mampu memberikan kepuasan dan memenuhi keinginan mereka.

Berdasarkan data yang diperoleh dan hasil wawancara yang dilakukan peneliti, adanya penurunan angka pengguna jasa pengiriman di Kantor Pos Kebumen disebabkan oleh faktor citra perusahaan. Citra perusahaan dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2016:274) adalah seperangkat kepercayaan, ide ataupun kesan dari dalam diri seseorang yang timbul terhadap suatu fenomena atau objek. Citra perusahaan berkaitan dengan persepsi masyarakat terhadap layanan jasa pengiriman Kantor Pos Kebumen. Citra positif yang dimiliki oleh suatu perusahaan, akan menumbuhkan rasa percaya dalam diri pelanggan, sehingga akan menyebabkan pelanggan tersebut menggunakan produk atau jasa yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Selain itu citra baik yang dimiliki perusahaan bisa dijadikan

acuan yang berpengaruh terhadap produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan, dan akan timbul rasa ingin mencoba atau menggunakannya.

Menurut hasil wawancara dengan para pelanggan, Kantor Pos Kebumen dianggap masyarakat masih kalah saing dalam hal pelayanan jasa pengiriman karena dianggap layanan jasa tertua dan kurang berkembang mengikuti perkembangan zaman. Oleh karena itu masyarakat menjadi kurang tertarik dan lebih memilih jasa pengiriman yang dianggap baru dan lebih populer pada masa sekarang. Kurangnya sosialisasi citra perusahaan kepada masyarakat untuk jasa ekspedisi serta adanya persaingan di bidang jasa pengiriman yang semakin kompetitif membuat Kantor Pos Kebumen perlu melakukan evaluasi lebih serta mengikuti perkembangan untuk dapat bersaing dan mempertahankan citra perusahaan.

Selain citra perusahaan, banyaknya persaingan usaha di bidang jasa pengiriman menuntut perusahaan tidak hanya berfokus pada peningkatan kualitas produk layanan semata, tetapi juga dituntut untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Pentingnya kualitas pelayanan suatu perusahaan, disebabkan karena kualitas pelayanan memiliki keterkaitan langsung dengan pelanggan. Pelayanan yang berkualitas akan berpengaruh besar terhadap kepuasan yang dirasakan pelanggan. Tingkat kualitas pelayanan yang baik akan membuat pelanggan kembali menggunakan jasa atau produk dari perusahaan tersebut. Hal tersebut juga akan berpengaruh terhadap tingkat kemampuan perusahaan untuk bersaing dengan perusahaan lain. Seperti dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2016:156), menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari berbagai sifat

dan karakter yang dimiliki oleh suatu produk atau jasa yang mempunyai keunggulan dalam hal memberi kepuasan dan memenuhi kebutuhan pelanggan baik yang dapat terlihat maupun tidak.

Menurut hasil wawancara dengan para pelanggan, Kantor Pos Kebumen masih perlu mengoptimalkan kualitas pelayanan yang dilakukan kepada pelanggan, masyarakat masih banyak yang menganggap jasa pengiriman dengan kantor pos memiliki waktu pengiriman yang melebihi estimasi, produk layanan jasa pengiriman yang masih kurang jika dibandingkan pesaing, serta memiliki prosedur pelayanan yang lumayan rumit. Oleh karena itu masyarakat menjadi lebih memilih jasa pengiriman yang lain yang lebih memiliki pelayanan yang lengkap, cepat dan prosedur pelayanan yang lebih mudah dipahami.

Berdasarkan fenomena yang diuraikan di atas, membuat penulis tertarik melakukan penelitian terkait dua faktor yang berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman pada PT Pos Indonesia Cabang Kebumen yaitu citra perusahaan dan kualitas pelayanan. Maka dari itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Pada PT Pos Indonesia Kantor Cabang Kebumen”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan beberapa rumusan masalah yaitu :

1. Apakah terdapat pengaruh antara citra perusahaan terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman pada PT Pos Indonesia Kantor Cabang Kebumen?
2. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman pada PT Pos Indonesia Kantor Cabang Kebumen?
3. Apakah terdapat pengaruh citra perusahaan dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman pada PT Pos Indonesia Kantor Cabang Kebumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dilakukannya penelitian yaitu :

1. Mengetahui bagaimana citra perusahaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman pada PT Pos Indonesia Kantor Cabang Kebumen.
2. Mengetahui bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman pada PT Pos Indonesia Kantor Cabang Kebumen.
3. Mengetahui bagaimana pengaruh citra perusahaan dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman pada PT Pos Indonesia Kantor Cabang Kebumen.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Bagi Peneliti

Dapat menambah wawasan dan melatih pengembangan diri penulis di bidang penelitian serta mempraktikkan apa yang selama ini didapatkan dalam perkuliahan.

2. Bagi Program Studi

Dapat menjadi sumber bacaan untuk menambah wawasan dan sebagai bahan referensi yang digunakan dalam penelitian-penelitian lanjutan sehingga menjadi lebih baik.

3. Bagi Perusahaan

Dapat memberikan sumbangan saran, informasi, pertimbangan atau masukan dalam menyusun kebijakan yang berguna untuk kelangsungan perusahaan kedepannya sehingga menjadi lebih baik agar menjadi perusahaan terkemuka yang digemari masyarakat.