

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam masa globalisasi dan digitalisasi yang terus berkembang, sektor jasa dihadapkan pada berbagai tantangan besar dalam memenuhi ekspektasi pelanggan yang semakin meningkat. Perubahan ini tidak hanya berdampak pada industri teknologi tinggi, tetapi juga industri tradisional seperti logistik dan pelayaran. Perdagangan berbasis elektronik (*e-commerce*) memerlukan dukungan layanan logistik untuk memastikan proses pengiriman barang dari penjual kepada pembeli berjalan dengan lancar. Salah satu bentuk dari layanan tersebut yaitu jasa pengiriman. Jasa ekspedisi merujuk pada kegiatan pengiriman atau distribusi barang yang dilakukan untuk tujuan tertentu, seperti memindahkan barang dari satu lokasi ke lokasi lainnya, melalui moda transportasi darat, laut, udara, ataupun kombinasi dari ketiganya (Syuryatman dkk, 2024).

Tingginya jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia membuka peluang besar bagi layanan pengiriman barang, atau yang dikenal sebagai perusahaan ekspedisi, untuk menjadi kebutuhan yang sangat penting. Hal ini disebabkan oleh kondisi Indonesia yang berbentuk kepulauan dan terpisah oleh laut membutuhkan cara pengiriman barang yang baik agar kebutuhan semua orang, termasuk yang tinggal di daerah jauh, bisa terpenuhi secara merata. Melalui sistem logistik yang optimal, efektif, terstruktur, dan efisien diharapkan sebuah perusahaan dapat melakukan pengiriman barang dengan cepat, akurat, dan aman sampai ke tujuan (Quintania dkk, 2023). Nilai pelanggan terkait dengan bagaimana pelanggan

cenderung memilih produk atau layanan yang memberikan nilai terbaik bagi mereka (Akbar & Wadud, 2024).

Terdapat hubungan erat antara kualitas layanan dan pengiriman tepat waktu dengan tingkat kepuasan pelanggan. Kualitas layanan itu sendiri berkaitan langsung dengan seberapa efektif operasional berjalan, seberapa optimal kapasitas digunakan, seberapa efisien biaya logistik, dan seberapa tepat waktu proses distribusinya. (Dundar dkk, 2020). Kepuasan pelanggan dipandang sebagai indikator penting kinerja pasar dalam bisnis. Dampak positif dari meningkatnya kepuasan pelanggan adalah pertumbuhan penjualan baik dalam jangka pendek maupun panjang, melampaui sekadar peningkatan pangsa pasar. Kepuasan konsumen sangat berharga untuk membuat konsumen ini hadir agar mereka tetap pergi ke bisnis dan perusahaan. Layanan yang ditawarkan kepada konsumen merangsang apakah konsumen dilengkapi dengan layanan yang disediakan atau tidak. Berdasarkan hal tersebut, kualitas pelayanan secara historis memang selalu diposisikan sebagai salah satu pilar utama yang sangat penting dalam upaya membangun dan menjaga tingkat kepuasan para pelanggan.

Kualitas layanan didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan didefinisikan sebagai upaya untuk secara konsisten memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, meskipun dalam praktiknya layanan yang diberikan belum sesuai dengan standar yang telah dijanjikan. (Riyanto, 2022). Pelayanan yang berkualitas mencakup berbagai aspek, antara lain kompetensi staf dalam melayani, kecepatan dalam memberikan layanan, kemudahan dalam mengakses layanan, serta keakuratan dan keandalan informasi yang disampaikan kepada pelanggan.

Konsumen dapat diartikan sebagai individu atau pihak tertentu yang mendapatkan dan menggunakan barang atau jasa yang tersedia di masyarakat untuk memenuhi berbagai keperluannya, baik pribadi, keluarga, maupun orang lain. (Deviana & Desitama, 2023). Konsumen juga memiliki peran krusial sebagai unsur utama dalam aktivitas perekonomian. Bagi perusahaan jasa seperti PT Pos Indonesia, pelayanan bermutu tinggi krusial dalam menjaga loyalitas pelanggan dan membangun reputasi positif bagi perusahaan di khalayak umum. Sejalan dengan kemajuan teknologi dan kehidupan modern, penyediaan layanan yang berkualitas akan memberikan pengaruh positif bagi masyarakat yang menerimanya dan cenderung mempertahankannya (Sarifah dkk, 2023). Kondisi ini seiring dengan meningkatnya intensitas persaingan. Hal tersebut disebabkan karena setiap kegiatan bisnis memerlukan mutu pelayanan yang baik agar mampu bertahan, memperoleh kepercayaan, serta menyesuaikan diri dengan pola hidup konsumen.

Selain kualitas pelayanan, pengiriman yang tepat waktu juga menjadi faktor penentu kepuasan pelanggan. Dalam dunia logistik, pengiriman tepat waktu tidak hanya tentang kecepatan pengangkutan barang dari satu tempat ke tempat lain, tetapi juga keandalan dalam menaati jadwal pengiriman yang dijanjikan kepada pelanggan. Pengiriman yang tepat waktu adalah faktor penting yang memengaruhi apakah konsumen akan membeli dan seberapa puas mereka dengan layanan perusahaan jasa (Haryanto, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa keterlambatan pengiriman dapat memberikan dampak negatif terhadap persepsi pelanggan terhadap suatu perusahaan, yang pada akhirnya dapat menurunkan loyalitas dan merusak reputasi suatu Perusahaan.

Sebagai salah satu perusahaan jasa pengiriman terbesar dan tertua di Indonesia, PT Pos Indonesia berperan penting dalam menyediakan layanan logistik di seluruh Indonesia. Didirikan pada tahun 1746, PT Pos Indonesia telah bertransformasi dari layanan pos tradisional menjadi perusahaan jasa pelayaran dan logistik *modern*.

Dalam perkembangan industri jasa pengiriman yang semakin kompetitif, Dua faktor yang paling signifikan dalam membentuk kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman. PT Pos Indonesia KCU Semarang, sebagai bagian dari perusahaan logistik nasional yang telah lama beroperasi, perlu terus melakukan evaluasi terhadap layanan yang diberikan kepada pelanggan, khususnya di tengah perubahan ekspektasi konsumen yang semakin tinggi.

Berdasarkan data yang dihimpun dari interaksi pelanggan melalui layanan *whatsapp* admin perusahaan serta ulasan publik pada *platform google maps*, tercatat sebanyak 135 keluhan pelanggan selama periode Juli 2024 hingga April 2025. Dari keseluruhan keluhan tersebut, 70% atau sekitar 95 pelanggan menyampaikan ketidakpuasan terhadap kualitas pelayanan, seperti respon yang lambat, pelayanan kurang ramah, serta komunikasi yang tidak informatif. Sementara itu, 30% atau sekitar 40 pelanggan menyampaikan keluhan terkait keterlambatan pengiriman barang, yang dinilai melampaui perkiraan waktu yang telah dijanjikan.

Kondisi ini menunjukkan bahwa masih terdapat celah dalam proses pelayanan yang perlu mendapat perhatian serius. Ketidakpuasan pelanggan yang berulang dapat memberikan dampak terhadap loyalitas konsumen dan reputasi perusahaan.

Hal ini sejalan dengan penurunan angka penjualan yang tercatat pada bulan April 2025, yang diduga merupakan dampak dari meningkatnya keluhan pelanggan.

PT Pos Indonesia mengalami kesulitan terutama dalam persaingan yang ketat dari perusahaan jasa pengiriman swasta dan *platform e-commerce* yang menawarkan layanan pengiriman cepat tantangan mempertahankan pengiriman. PT Pos Indonesia KCU (Kantor Pusat) Semarang sebagai entitas strategis, Indonesia menghadapi tantangan untuk memenuhi harapan pelanggan di wilayah Jawa Tengah, yang merupakan wilayah yang sangat aktif secara ekonomi dan komersial. Dari pengiriman dokumen penting hingga pengiriman barang, pelayanan yang cepat dan tepat waktu sangat penting untuk memenuhi berbagai kebutuhan pelanggan.

Tabel 1. 1 Data Jumlah Resi Pelanggan PT. Pos Indonesia KCU Semarang

Bulan	Jumlah Resi Pelanggan
Juli 2024	8.444
Agustus 2024	9.844
September 2024	9.941
November 2024	7.974
Desember 2024	7.592
Januari 2025	10.234

Februari 2025	4.661
Maret 2025	10.071
April 2025	6.485

Sumber: PT. Pos Indonesia KCU Semarang, 2025

Berdasarkan tabel 1.1 Data jumlah resi pelanggan yang di kirim oleh PT Pos Indonesia KCU Semarang menunjukkan bahwa ketidakpastian atau variasi dari bulan ke bulan dapat disebabkan disebabkan oleh bermacam-macam hal yang berdampak pada kepuasan pelanggan serta pilihan mereka terhadap layanan pengiriman. Salah satu yang terpenting adalah kualitas layanan yang ditawarkan. Ketika kualitas layanan berbeda-beda, seperti keramahan *staff*, keakuratan informasi, atau perhatian terhadap kebutuhan pelanggan, pelanggan menjadi tidak puas dan mencari opsi penyampaian lainnya. Hal ini akan membantu mengurangi jumlah penerimaan. Selain itu, pengiriman tepat waktu adalah masalah utama. Jika pengiriman sering tertunda maka kepercayaan pelanggan akan rendah dan pada akhirnya jumlah transaksi (resi) akan berkurang. Namun kualitas pelayanan dan pengiriman tepat waktu akan meningkat, jumlah penerimaan akan meningkat dan kepuasan pelanggan akan meningkat.

Peneliti ingin menguji pengaruh kualitas pelayanan dan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan di PT Pos Indonesia KCU Semarang karena terdapat tanda-tanda perbedaan jumlah pendapatan yang signifikan selama setahun. *Trend* naik turunnya jumlah transaksi ini mungkin mengindikasikan adanya perbedaan pengalaman pelanggan, terutama dalam hal kualitas layanan dan waktu pengiriman,

dan bisa dilihat dari ulasan beberapa dari pelanggan di Lokasi PT Pos Indonesia KCU Semarang pada google, banyak pelanggan yang mengeluhkan mengenai kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman.

Karena ketatnya persaingan industri jasa pengiriman di Indonesia, perusahaan harus berusaha untuk menjaga kualitas layanannya agar tetap kompetitif. Namun jika kualitas dan ketersediaan layanan tidak konsisten maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan menurunkan transaksi. Penelitian ini hendaknya memahami bagaimana kedua faktor tersebut saling mempengaruhi dan memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan stabilitas operasional di PT Pos Indonesia KCU Semarang.

Tabel 1. 2 *Top Brand Index*

Nama Brand	2020	2021	2022	2023	2024
J&T Express	-	-	-	33.3%	50.9%
JNE Express	-	-	-	29.1%	11.5%
TIKI	10.8%	11.2%	11.1%	10.6%	10.2%
Pos Indonesia	7.7%	8.5%	8.5%	7.3%	9.4%
DHL	4.1%	6.0%	6.9%	7.2%	4.1%

Sumber: *Top Brand Award*, 2025

Meski demikian, berdasarkan tabel 1.2 PT Pos Indonesia mempunyai prestasi yang patut diapresiasi. Perusahaan terpilih dalam Top 3 *Brand Award* tahun 2020-

2022, yang menunjukkan pengakuan atas kualitas layanan dan reputasi perusahaan di mata konsumen. Namun peringkat PT Pos Indonesia yang naik ke posisi keempat pada tahun 2023 dan 2024 menunjukkan adanya penurunan persepsi masyarakat terhadap perusahaan tersebut, terutama dengan meningkatnya ekspektasi pelanggan dan meningkatnya persaingan dengan perusahaan jasa pengiriman lainnya.

Penurunan ini menunjukkan bahwa PT Pos Indonesia KCU Semarang mempunyai permasalahan serius. Ketidakpuasan pelanggan ini tidak hanya berdampak pada reputasi perusahaan secara keseluruhan, namun juga dapat berdampak pada kinerja operasional PT Pos Indonesia KCU Semarang yang pada akhirnya dapat menurunkan kepercayaan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Tingkat kepuasan konsumen memiliki peran penting dalam mencerminkan sejauh mana kualitas pelayanan yang disediakan oleh suatu perusahaan dapat diterima dan dinilai positif oleh pelanggan (Indajang dkk, 2023).

Karena kualitas layanan dan ketepatan waktu pengiriman sangat krusial bagi kepuasan pelanggan, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan serta untuk menganalisis sejauh mana kedua faktor tersebut mempengaruhi kepuasan pelanggan di PT Pos Indonesia KCU Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi terhadap upaya peningkatan kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman di PT Pos Indonesia khususnya KCU Semarang.

Peneliti berharap, dengan memahami bagaimana kedua faktor tersebut memengaruhi kepuasan pelanggan, perusahaan dapat mengambil tindakan strategis untuk memperbaiki kualitas layanan, mempersingkat durasi pengiriman, dan pada akhirnya meningkatkan kepuasan pelanggan. Temuan dari riset ini juga diharapkan

dapat menjadi acuan bagi manajemen dalam mengidentifikasi area-area yang memerlukan perbaikan dan optimalisasi guna kembali meningkatkan posisi pasar PT Pos Indonesia dan mendapatkan kembali kepercayaan pelanggan saat menghadapi tantangan serupa dalam menjaga kualitas layanan dan pengiriman tepat waktu dalam situasi persaingan yang makin sengit dan tuntutan pelanggan yang terus bertambah.

Berdasarkan permasalahan dan fenomena bisnis yang terjadi serta adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu (*research gap*), maka permasalahan dalam Penelitian ini berupaya untuk memahami sejauh mana kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman memengaruhi rasa puas pelanggan pada PT Pos Indonesia KCU Semarang, yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas layanan dan mencapai kepuasan pelanggan yang lebih tinggi. Kepuasan terhadap produk atau jasa seringkali mendorong konsumen untuk menjadi pelanggan setia dan memanfaatkan kembali penawaran tersebut saat mereka membutuhkannya lagi (Setyawan dkk, 2022). Merujuk pada uraian latar belakang tersebut yang menyoroti pentingnya kepuasan pelanggan, penulis merasa terdorong untuk meneliti lebih dalam dengan mengusung judul penelitian ini **"Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Pos Indonesia KCU Semarang"**.

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang yang telah dipaparkan, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman

terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pos Indonesia KCU Semarang, sehingga rumusan masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman secara parsial terhadap kepuasan pelanggan?
2. Adakah pengaruh kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman secara simultan terhadap kepuasan pelanggan?
3. Manakah diantara variabel kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman yang pengaruhnya paling signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui adakah pengaruh kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui adakah pengaruh kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui manakah diantara variabel kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman yang pengaruhnya paling signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat:

1. Bagi peneliti

Untuk mengimplementasikan ilmu yang diperoleh dari pembelajaran di Program Studi D-IV Manajemen dan Administrasi Logistik Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro dalam kehidupan.

2. Bagi Program Studi D-IV Manajemen dan Administrasi Logistik Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro menjadi kebanggaan dan penghargaan karena dapat menghasilkan lulusan yang mengabdikan keilmuan yang bermanfaat untuk kemajuan bangsa.

3. Bagi PT Pos Indonesia KCU Semarang

Diharapkan dapat bermanfaat dan menjadi acuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman dengan menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan, dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pos Indonesia KCU Semarang, sehingga dapat digunakan sebagai dasar pengambilan Keputusan.