

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Manusia sebagai makhluk sosial memiliki berbagai macam kebutuhan, kebutuhan manusia tersebut harus dipenuhi agar manusia dapat hidup dengan layak. Berbicara mengenai kebutuhan, menurut Maslow dalam Fadila dan Ridho (2013:28), kebutuhan manusia dapat dibedakan menjadi 5 (lima) tingkatan, yaitu kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial (*Social Needs*), kebutuhan pengakuan atau ego (*Ego Needs*), dan kebutuhan aktualisasi diri (*Self-fulfillment*). Dari ke 5 (lima) kebutuhan tersebut yang harus terpenuhi yaitu kebutuhan sosial, berupa kebutuhan akan penerimaan, pemilikan, kasih sayang, persahabatan dan cinta.

Salah satu cara manusia untuk memenuhi kebutuhan sosialnya bisa didapatkan di PT Pos Indonesia. PT Pos Indonesia merupakan sektor layanan jasa yang pada awalnya bergerak di bidang kurir, yakni sebagai media pengiriman surat saja, tetapi seiring berkembangnya teknologi, PT Pos Indonesia tidak hanya terpaku sebagai media pengiriman surat saja tetapi PT Pos Indonesia telah berkembang juga untuk pengiriman paket serta jasa keuangan baik untuk skala nasional maupun internasional.

PT Pos Indonesia dibandingkan dengan perusahaan jasa sejenis seperti JNE dan TIKI memiliki kelebihan tersendiri, yakni harga yang ditawarkan oleh PT Pos Indonesia sangat terjangkau untuk seluruh kalangan masyarakat, baik untuk masyarakat menengah kebawah maupun masyarakat menengah keatas. Selain itu juga dengan menggunakan jasa di PT Pos Indonesia pelacakan atas barang yang dikirimkan atau barang yang diterima dapat secara jelas dilihat oleh *customer*, karena PT Pos Indonesia memiliki sistem pelacakan yang akurat dan terstruktur.

Salah satu bagian dari PT Pos Indonesia adalah PT Pos Indonesia cabang Merdeka Palembang, yang merupakan bagian PT Pos Indonesia dari sebelas daerah bagian, dimana Palembang sebagai pusat Area III. PT Pos Indonesia cabang Merdeka Palembang memiliki dua jenis produk yang ditawarkan yaitu Surat dan Paket serta Jasa Keuangan, bagian dari produk Surat dan paket terdiri dari PosExpress, Surat Pos Biasa (standar), PosKilat Khusus, Express Mail Service (EMS), AdmailPos, dan Filateli, sedangkan pada bagian Jasa Keuangan terdiri dari Pospay, WeselPos, GiroPos, Fund Distribution, dan Bank Chanelling.

Produk jasa surat dan paket tersebut memiliki fungsi masing-masing, yaitu produk Pos Express, Pos Kilat Khusus dan Surat Pos Biasa merupakan produk yang melayani pengiriman untuk dalam negeri, sedangkan untuk produk Express Mail Service (EMS) merupakan produk yang melayani pengiriman untuk luar negeri, dan AdmailPos merupakan produk yang melayani pengelolaan *essensial mail*, *advertising mail*, *Hybrid Mail* dan *direct mail* yang merupakan produk untuk melayani kebutuhan perusahaan secara umum. (<http://www.posindonesia.co.id/>). Berikut data transaksi pengguna produk jasa surat dan paket yang ada di PT Pos Indonesia Cabang Merdeka Palembang selama tahun 2014, untuk pengiriman dalam negeri:

Tabel 1.1
Data Transaksi Produk Jasa Surat dan Paket PT Pos Indonesia
Cabang Merdeka Palembang Tahun 2014

Jenis Produk Jasa Surat dan Paket	Jumlah Transaksi
1. Pos Kilat Khusus	106.732 Transaksi
2. Pos Express	39.905 Transaksi
3. Surat Pos Biasa	12.875 Transaksi

Sumber: PT Pos Indonesia cabang Merdeka Palembang

Dari tabel I.1 produk jasa surat dan paket untuk pengiriman dalam negeri terdiri dari produk Pos Kilat Khusus, Pos Express, dan Surat Pos Biasa, ketiga produk ini memiliki fungsi pelayanan masing-masing. Produk Pos Kilat Khusus dan Pos Express merupakan produk yang melayani pengiriman gabungan antara surat dan paket, sedangkan Surat Pos Biasa merupakan produk yang hanya melayani pengiriman surat saja. Produk Pos Kilat Khusus yaitu produk untuk pelayanan pengiriman surat dan paket yang mengandalkan kecepatan kiriman maksimal 4 (empat) hari dan menjangkau ke seluruh pelosok Indonesia, produk Pos Express yaitu layanan istimewa dari Pos Indonesia untuk kota tujuan tertentu di Indonesia yang mengedepankan akurasi pengiriman cepat, tepat, mudah dilacak dengan harga kompetitif dan penjaminan penyerahan kiriman maksimal sehari sampai, dan Produk Surat Pos Biasa merupakan layanan pengiriman pesan dan barang secara impresif untuk semua lapisan masyarakat. (<http://www.posindonesia.co.id/index.php/produk/surat-danpaket>).

Dari tabel I.1 didapatkan data bahwa transaksi Surat Pos Biasa paling rendah dibandingkan dengan transaksi produk Pos Kilat Khusus dan Pos Express, hal ini dikarenakan produk Surat Pos Biasa hanya melayani pengiriman surat saja, sedangkan jika dilihat transaksi antara produk Pos Kilat Khusus dan Pos Express, Pos Express memiliki transaksi lebih rendah dibandingkan dengan transaksi Pos Kilat Khusus, kedua produk ini produk yang sama-sama melayani pengiriman surat dan paket. Produk Pos Express merupakan produk unggulan yang dimiliki oleh PT Pos Indonesia, keunggulan tersebut yaitu waktu pengiriman produk yang maksimal satu hari sampai dan merupakan produk yang cukup baru ditawarkan oleh PT Pos Indonesia yaitu sejak tahun 2006, sedangkan produk Pos Kilat Khusus ditawarkan oleh PT Pos Indonesia sejak awal berdirinya PT Pos Indonesia.

Salah satu hal yang mempengaruhi minat pemakaian produk yaitu faktor pelayanan yang didapatkan dari produk itu sendiri. Menurut Parasuraman, dkk. dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2011:182), dimensi kualitas jasa terdiri dari 5 (lima) aspek yaitu berwujud (*tangible*), keandalan

(*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan dan kepastian (*assurance*), serta empati (*empathy*).

Berdasarkan uraian diatas, penulis bermaksud untuk menulis Laporan Akhir yang merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Diploma 3 di Politeknik Negeri Sriwijaya. Penulisan Laporan Akhir memberi tujuan untuk mengetahui persentase penilaian *customer* pada dimensi kualitas layanan jasa Pos Express di PT Pos Indonesia cabang Merdeka Palembang. Sehingga penulis tertarik untuk mengangkat penelitian yang berjudul **“Penilaian *Customer* Pos Express Pada Dimensi Kualitas Layanan Jasa di PT Pos Indonesia Cabang Merdeka Palembang”**.

1.2 Perumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan diteliti yakni, Bagaimana penilaian *customer* Pos Express pada kualitas layanan jasa yang diberikan oleh PT Pos Indonesia Cabang Merdeka Palembang?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Adapun ruang lingkup pada penelitian ini, terbatas pada penilaian *customer* Pos Express pada kualitas layanan jasa yang diberikan oleh PT Pos Indonesia Cabang Merdeka Palembang, dan penyebaran data terfokus pada *customer* yang menggunakan layanan jasa Pos Express pada PT Pos Indonesia cabang Merdeka Palembang.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas, maka tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk mengetahui persentase penilaian *customer* Pos Express pada dimensi kualitas layanan Jasa di PT Pos Indonesia Cabang Merdeka Palembang.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan menambah wawasan di bidang manajemen pemasaran yang diimplementasikan ke dalam riset penelitian. Dapat memberikan salah satu masukan dalam memperbaiki kelemahan yang terdapat di bidang pemasaran dan meningkatkan apa yang sudah dicapai selama ini.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada *customer* pengguna Pos Express yang ada di PT Pos Indonesia cabang Merdeka Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama, Suliyanto (2006:131).

Menurut Yusi dan Idris (2012:6), data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya, misalnya seseorang ingin mengetahui besarnya konsumsi masyarakat dengan cara melakukan wawancara langsung kepada penduduk setempat.

Dalam hal ini penulis menggunakan cara observasi, penyebaran data berupa kuesioner dan wawancara ke *customer* Pos Express dan pihak PT Pos Indonesia Cabang Merdeka Palembang.

2. Data Sekunder

Menurut Suliyanto (2006:132), data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya.

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi, Yusi dan Idris (2012:6).

Menurut Kuncoro (2003:136), data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli untuk tujuan tertentu.

Dalam penulisan Laporan Akhir ini data sekunder didapat dari website resmi PT Pos Indonesia, data produk yang paling banyak digunakan, data *customer* Pos Express pada tahun 2014, dan data jumlah *customer* Pos Express per hari untuk bulan Februari 2015.

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penulisan Laporan Akhir ini menggunakan beberapa metode pengumpulan data, yaitu:

1. Riset Lapangan (*Field Research*)

Riset lapangan (*Field Research*) merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan berbagai cara, dimana peneliti langsung datang ke lokasi atau tempat objek yang akan diteliti, yaitu:

a. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2012:199), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Angket (kuesioner) adalah suatu cara pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan mereka akan memberikan respons terhadap daftar pertanyaan tersebut, Umar (2002:92).

Kuesioner merupakan alat pengumpul data primer yang efisien dibandingkan dengan observasi ataupun wawancara, Yusi dan Idris (2009:113).

Sedangkan menurut Suliyanto (2006:140), kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan untuk mengumpulkan data dengan cara membagi daftar pertanyaan kepada responden agar responden tersebut memberi jawabannya.

Kuesioner yang akan dibagikan atau disebarakan berkaitan dengan topik penelitian yang tidak akan menyimpang dari topik penelitian, kuesioner pun akan disebarakan dan dibagikan kepada sample dari populasi yang telah dihitung dan objek penelitian yaitu *customer* Pos Express yang ada di PT Pos Indonesia Cabang Merdeka Palembang.

b. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengambilan data di mana peneliti langsung berdialog dengan responden untuk menggali informasi dari responden, Suliyanto (2006:137).

Menurut Umar (2002:93), wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data. Pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung berhadapan muka dengan orang yang diwawancarai.

Menurut Yusi dan Idris (2009:108), wawancara adalah percakapan dua arah atas inisiatif pewawancara untuk memperoleh informasi dari responden.

Wawancara pada penelitian ini akan dilakukan kepada satu orang karyawan yang ada di PT Pos Indonesia Cabang Merdeka Palembang serta kepada dua orang *customer* Pos Express yang terdapat di PT Pos Indonesia Cabang Merdeka Palembang untuk memperkuat data yang telah didapat, dan narasumber yang akan diwawancarai merupakan narasumber yang akan dipilih secara acak untuk diajukan pertanyaan sesuai dengan topik penelitian.

c. Observasi

Menurut Hadi dalam Sugiyono (2012:203), observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis.

Menurut Suliyanto (2006:141), observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan pancaindra, jadi tidak hanya dengan pengamatan menggunakan mata.

Sedangkan menurut Yusi dan Idris (2009:106), observasi adalah suatu cara yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data yang merupakan tingkah laku nonverbal dari responden dengan tujuan untuk memperoleh data yang dapat menjelaskan dan atau menjawab permasalahan penelitian.

Penulis akan melakukan pengamatan secara langsung berbagai kinerja karyawan pada PT Pos Indonesia Cabang Merdeka Palembang.

2. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Merupakan metode pengumpulan teori sebagai dasar penulisan laporan penelitian dan sebagai tolak ukur serta sebagai pembanding didalam proses analisa Laporan Akhir, dengan mencari, membaca serta mempelajari buku-buku literature dan buku-buku yang memuat informasi yang berhubungan dengan permasalahan yang ada. Dalam penelitian ini penulis mempelajari buku-buku yang terdapat di perpustakaan.

1.5.4 Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, metode penelitian Kuantitatif dan metode penelitian Kualitatif.

1. Analisa Kuantitatif

Data Kuantitatif adalah data yang berupa angka atau bilangan, Suliyanto (2006:145).

Menurut Kuncoro (2003:124), data kuantitatif adalah data yang diukur dalam suatu skala numerik (angka).

Untuk mengetahui penilaian *customer* Pos Express pada dimensi kualitas layanan jasa di PT Pos Indonesia cabang Merdeka Palembang, maka akan digunakan kuesioner dan akan dihitung menggunakan rumus persentase.

a. Skala Pengukuran

Skala Pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif, Sugiyono (2012:131).

Skala pengukuran yang digunakan dalam penulisan Laporan Akhir ini adalah dengan menggunakan skala Likert.

Menurut Kinnear dalam Umar (2002:98), skala likert berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu. Alternatif pernyataannya misalnya adalah dari setuju sampai tidak setuju, senang sampai tidak senang, puas sampai tidak puas atau baik sampai tidak baik.

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial, Sugiyono (2012:132).

Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif yang terdapat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.2
Skala Pengukuran Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju/selalu/sangat positif	5
Setuju/sering/positif	4
Ragu-ragu/kadang-kadang/netral	3
Tidak setuju/hampir tidak pernah/negative	2
Sangat tidak setuju/tidak pernah	1

Sumber: Sugiyono (2012:133)

Dalam penulisan Laporan Akhir ini kuesioner yang akan dibuat dalam bentuk *checklist*. Jawaban akan dibuat skor tertinggi 5 dan terendah 1. Jawaban dari masing-masing responden kemudian akan dihitung untuk mendapatkan frekuensi relative (angka persenan).

Untuk memperoleh frekuensi relative (angka persenan) dari jawaban masing-masing responden (*customer*,) dapat dihitung dengan rumus yang telah dikemukakan oleh Sudijono (2009:43), yakni:

$$P = \frac{f}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

f = frekuensi yang sedang dicari persentasenya

N = *Number of Cases* (Jumlah frekuensi/banyaknya individu)

P = angka persentase (angka persenan)

Setelah data dihitung menggunakan rumus Sudijono diatas, maka data tersebut akan dipaparkan sesuai hasil penilaian responden berdasarkan skala likert, untuk skor sangat tidak setuju, tidak setuju, ragu-ragu, setuju, dan sangat setuju, sesuai dengan apa yang telah didapatkan, kemudian data akan dikelompokkan berdasarkan penilaian masing-masing variable yang untuk selanjutnya disajikan menggunakan diagram *column*.

b. Populasi, Sample dan Teknik Sampling

a. Populasi

Menurut Kuncoro (2003:108), populasi adalah suatu kelompok dari elemen penelitian, di mana elemen adalah unit terkecil yang merupakan sumber dari data yang diperlukan.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, Sugiyono (2012:115).

Populasi dari penelitian ini adalah *customer* Pos Express yang ada di PT Pos Indonesia Cabang Merdeka sebanyak 39.905, yang merupakan jumlah *customer* yang telah melakukan transaksi di PT Pos Indonesia cabang

Merdeka Palembang pada tahun 2015. Seperti tabel yang ada dibawah ini:

Tabel 1.3
Data Jumlah Transaksi Produk Pos Express di PT
Pos Indonesia Cabang Merdeka Palembang
Tahun 2014:

Bulan	Transaksi
Januari	2.586
Februari	2.279
Maret	3.048
April	2.565
Mei	5.706
Juni	2.990
Juli	2.742
Agustus	3.362
September	5.355
Oktober	3.399
November	3.101
Desember	2.772
Total	39.905

Sumber: PT Pos Indonesia Cabang Merdeka Palembang

b. Sample

Menurut Kuncoro (2003:107), sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan dapat mewakili populasi penelitian.

Menurut Sugiyono (2012:116), sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Menurut Umar (2002:141-142), untuk menentukan berapa minimal sampel yang dibutuhkan jika ukuran populasi diketahui, dapat digunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Kelonggarn ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang ditolerir 10%

Dari total keseluruhan populasi yang telah ditentukan, maka sampel yang dapat diambil dapat dihitung menggunakan rumus Slovin, yaitu:

$$n = \frac{39.905}{1 + 39.905(0,1)^2}$$

n = 99,7 responden

n = 100 responden

Sesuai dengan perhitungan diatas, maka jumlah *customer* yang akan menjadi sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 100 orang *customer* Pos Express di PT Pos Indonesia Cabang Merdeka Palembang.

c. Teknik Sampling

Teknik Sampling adalah teknik pengambilan sample, Sugiyono (2012:116).

Teknik Sampling yang akan digunakan pada penelitian ini dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *Sampling Insidental*.

Menurut Sugiyono (2012:122) *Sampling Insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Maka penulis akan membagikan kuesioner kepada *customer* Pos Express yang kebetulan bertemu dengan penulis di PT Pos Indonesia Cabang Merdeka Palembang.

2. Analisa Kualitatif

Menurut Suliyanto (2006:134), data kualitatif adalah data yang berupa pendapat atau judgement sehingga tidak berupa angka, melainkan berupa kata atau kalimat.

Menurut Yusi dan Idris (2012:4), data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik.

Pada analisis ini digunakan untuk mengetahui penilaian *customer* Pos Express pada dimensi kualitas layanan jasa di PT Pos Indonesia cabang Merdeka Palembang.