

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG MASALAH

Semua badan usaha yang menghasilkan suatu produk atau jasa membutuhkan serangkaian alat untuk membuat perusahaan maju. Salah satunya adalah dengan apa yang disebut pemasaran. Pemasaran mempunyai arti yang luas baik dalam hal bagaimana produk atau jasa sampai pada konsumen, sampai dengan bagaimana tanggapan konsumen mengenai keberadaan produk atau jasa itu sendiri. Dalam rangka menghasilkan semua informasi untuk menjawab permasalahan yang dihadapi badan usaha berkaitan dengan pemasaran maka perlu diadakan riset pemasaran.

Hal-hal di atas merupakan sesuatu yang penting bagi badan usaha yang berorientasi pada konsumen. Tidaklah mudah mewujudkan kepuasan konsumen karena setiap konsumen pada saat ini tidak lagi sekedar membeli dan menerima produk atau jasa saja namun juga segala aspek jasa atau pelayanan yang melekat pada produk atau jasa tersebut. Oleh karena itu suatu badan usaha atau perusahaan perlu mencari informasi semaksimal mungkin mengenai perilaku konsumen yang berhubungan dengan produk atau jasa yang dihasilkan.

Pada akhir tahun 90-an banyak kita lihat munculnya usaha pengiriman barang (*delivery service*) yang dikelola oleh swasta. Ada sesuatu yang menarik disini bahwa wilayah pengiriman mereka tidak seperti yang telah ada sebelumnya. Jika dahulu kita

telah mengenal jasa pengiriman swasta seperti Elteha, dan lain sebagainya yang hanya melayani pengiriman barang mencakup wilayah dalam negeri, maka pada masa sekarang ini dapat kita lihat usaha jasa pengiriman raksasa besar yang berorientasi global, dengan memberikan jaminan untuk dapat mengirimkan barang keseluruh dunia, muncul seperti Federal Express (FedEx), United Parcel Service (UPS), TNT, DHL. Melihat hal ini maka akan timbul pertanyaan, sebelum jasa pengiriman swasta yang berorientasi global tersebut muncul, sudah pernah adakah jasa sejenis di Indonesia?. Jawaban dari pertanyaan ini adalah ada dan jasa itu adalah Express Mail Service (EMS), anak usaha dari PT Pos Indonesia.

Express Mail Service (EMS) adalah salah satu cabang usaha dari PT Pos Indonesia yang sekarang ini membidangi usaha pengiriman dari dan ke 53 negara di dunia dengan berat maksimal 30 kg. Sebelum adanya beberapa perusahaan jasa pengiriman barang swasta di Indonesia umumnya dan Semarang khususnya tentunya Express Mail Service merupakan satu-satunya alternatif jasa pengiriman barang ke luar negeri, namun jasa ini belumlah mengalami peningkatan yang berarti sampai kemudian beberapa negara maju mengemukakan gagasan untuk melakukan perdagangan bebas. Tentunya jasa layanan EMS ini sangat jauh di bawah yang lainnya jika dilihat dari banyaknya negara tujuan di dunia, karena rata-rata usaha jasa seperti FedEx, UPS, maupun DHL menawarkan lebih dari 100 negara tujuan pengiriman. Hal ini bisa dimaklumi mengingat usaha jasa BUMN sangat berkait dengan kebijakan politik negara, dengan kata lain jika suatu negara tidak mempunyai hubungan yang baik dengan satu negara tertentu, maka bisa dipastikan bahwa semua produk negara tersebut tidak dapat masuk ke negara tersebut, sekalipun itu

hanya bersifat pengiriman, kita bisa ambil contoh : Indonesia dengan Israel, karena negara kita belum mengakui eksistensi Israel, maka dengan sendirinya produk negara kita tidak dapat memasuki Israel. Sedangkan usaha jasa pengiriman barang swasta seperti beberapa yang kami sebutkan di atas, mereka mempunyai keunggulan dalam hubungan antar negara, karena disatu sisi mereka merupakan perusahaan yang berasal dari negara yang kuat, seperti *Federal Express* (FedEx) dari Amerika Serikat dan *United Parcel Service* (UPS) berbasis di Inggris.

Era perdagangan bebas dan perdagangan melalui internet (*online shopping*) bisa dibidang memberi andil yang cukup besar bagi menjamurnya usaha jasa pengiriman barang di Indonesia pada umumnya dan di Semarang pada khususnya. Pada era perdagangan bebas dewasa ini satu negara dapat bertransaksi dengan negara manapun secara bebas dengan aturan-aturan yang telah ditetapkan oleh pihak-pihak yang akan melakukan transaksi perdagangan, dan pembelian barang melalui internet yang lebih kita kenal dengan istilah *online shopping* semakin memberikan kemudahan pada seseorang untuk melakukan transaksi kapanpun, dimanapun, dan dengan siapapun. Kedua hal diatas dapat dimaklumi mengingat untuk mendukung kedua hal di atas diperlukan sarana pengiriman barang yang cepat, aman dan dengan biaya terjangkau.

Tingkat perasaan yang timbul antara harapan dan kenyataan merupakan kepuasan pelanggan. bila pelayanan yang diterima jauh dari harapan maka pengguna jasa akan kecewa, dan sebaliknya bila pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan maka pengguna jasa akan merasa puas.

Di samping itu ada satu hal lain yang juga tidak dapat di kesampingkan dalam rangka pemenuhan kepuasan pengguna jasa, yaitu kinerja karyawan itu sendiri. Kinerja karyawan sangatlah penting dalam menentukan kepuasan pelanggan mengingat pada saat pelanggan menggunakan jasa tersebut, karyawan merupakan “pasukan garis depan” perusahaan yang akan tampak bersinggungan secara langsung dengan pengguna jasa.

Adapun alasan penulis mengambil Express Mail Service (EMS) sebagai obyek penelitian antara lain dikarenakan Express Mail Service (EMS) merupakan sebuah usaha baru dari PT Pos Indonesia, hal lain yang menjadikan penulis mengambil EMS sebagai obyek penelitian adalah karena pada masa-masa sekarang ini telah banyak pesaing EMS yang bermunculan. Disamping hal-hal tersebut, penulis juga meyakini bahwa kepuasan konsumen juga sangat ditentukan oleh kinerja karyawan.

Dari uraian diatas maka peneliti tertarik untuk mengambil judul “ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS KINERJA KARYAWAN EXPRESS MAIL SERVICE (EMS) DI SEMARANG”

1.2. PERUMUSAN MASALAH

Dari latar belakang masalah di atas maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :Bagaimana kepuasan konsumen perorangan terhadap kualitas kinerja karyawan EMS di Semarang. Dipilih konsumen perorangan, karena didalam pengambilan keputusannya konsumen perorangan menggunakan suatu penilaian atau preferensi sendiri, yang menurut mereka akan memberikan kepuasan kepada dirinya.

1.3. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1.3.1. Tujuan :

Mengetahui bagaimana kepuasan pengguna jasa EMS perorangan terhadap kualitas kinerja karyawan EMS di kota Semarang.

1.3.2. Manfaat :

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan masukan atau bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan mengenai strategi atau kebijakan yang akan diterapkan untuk meningkatkan kualitas kinerja karyawan sesuai dengan yang diharapkan konsumen / pelanggan.

2. Bagi Pelanggan

Pelanggan dapat menyampaikan pendapatnya mengenai harapan, kenyataan yang diterima, dan derajat kepentingannya terhadap jasa tersebut sehingga harapan mereka untuk mendapatkan pelayanan yang lebih baik terpenuhi.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan kesempatan baik untuk menerapkan teori-teori yang di dapat di bangku kuliah dan membandingkan dengan kenyataan yang ada pada perusahaan yang di teliti.

1.4. SKEMA PENULISAN

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, serta tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II DAFTAR PUSTAKA

Berisi landasan teori mengenai konsep kualitas jasa, dan konsep kinerja. Selain itu dalam bab ini juga memaparkan kerangka pikir penelitian, dan definisi operasional.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Berisi tentang lokasi penelitian, obyek penelitian, data yang digunakan, metode pengumpulan data, dan tehnik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang gambaran kinerja karyawan Express Mail Service (EMS). Selain itu dalam bab ini juga berisi mengenai analisis hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Berisi kesimpulan hasil penelitian dan saran-saran.