

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di Indonesia memiliki beragam ekspedisi pengiriman salah satu dari berbagai macam ekspedisi di Indonesia adalah POS Indonesia. Sebagai pengusaha perusahaan ekspedisi pos Indonesia pasti memiliki berbagai macam produk dan mempunyai optimalisasi kepuasan pelayanan sendiri. Komunikasi itu sendiri menurut *Aristoteles* hal yang paling utama ialah persuasi, cara seseorang untuk menggiring orang untuk masuk kedalam suatu sudut pandang seseorang yang melakukan persuasive. (Rustan, et al, 2017).

Sedangkan pelayanan dapat diartikan sebagai suatu proses untuk membantu kebutuhan orang lain. Sementara pendapat yang lain beranggapan bahwa suatu pelayanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang dilayani (Elnita, Ernita Arif, 2019). Pelayanan publik sendiri menurut Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 mendefinisikan pelayanan publik sebagai suatu kegiatan atau rangkaian kegiatan untuk memenuhi kebutuhan pelayanan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Saat ini banyak sekali perusahaan yang akhirnya harus mengalami kegagalan dikarenakan tidak adanya upaya evaluasi atau bahkan adanya ketidak sadaran bahwasanya pelayanan yang mereka berikan belum optimal atau bahkan cenderung buruk yang mengakibatkan hal tersebut dijadikan suatu kekuatan oleh kompetitor lain untuk merebut konsumen pada perusahaan itu sendiri.

Pos Indonesia merupakan bagian dari Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Pos Indonesia memiliki bentuk usaha perseroan terbaatas atau sering disebut dengan PT. POS Indonesia. Tujuan PT. POS Indonesia Persero tercantum dalam pasal 5 PP No. 24 tahun 1984 yang berbunyi “Tujuan perusahaan adalah membangun, mengembangkan dan mengusahakan pelayanan pos dan giro dengan arti seluas-luasnya guna mempertinggi kelancaran hubungan masyarakat untuk menunjang terlaksananya pembangunan nasional”. (Hersi Restiani, 2005)

POS Indonesia tidak hanya melayani jasa pos dan kurir saja tetapi juga melayani jasa keuangan, ritel dan property, yang didukung oleh beberapa titik lokasi kurang lebih sebanyak 4.000 kantor pos dan 28.000 agen pos yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia. Pos Indonesia memiliki berbagai jenis paket pos Indonesia salah satunya pos ekspres (Prihatin et al., 2021).

Salah satu cabang kantor pos Indonesia adalah di kantor POS Bekasi Jakasempurna yang tepatnya beralamat di Jl. Komodo Raya, RT.002/RW.004, Kayuringin Jaya, Kec. Bekasi Sel., Kota Bks, Jawa Barat 17144, kantor pos Bekasi Jakasempurna buka setiap hari Senin sampai Minggu pukul 08.00 WIB sampai 16.00 WIB sore. Di kantor pos Bekasi Jakasempurna.

POS ekspres adalah salah satu layanan istimewa pada POS Indonesia karena menjanjikan barang akan sampai dengan cepat, dengan alokasi kota tujuan tertentu di Indonesia pengaturan ketepatan pengiriman, cepat, akurat dan mudah dilacak dengan harga yang kompetitif. Ada dua jenis layanan atau produk ini, yaitu Sameday service (iriman tiba di tujuan pada hari yang sama) dan Nextday service (iriman tiba di tujuan hari ini keesokan harinya). PT. POS Indonesia Bekasi Jakasempurna harus mampu menjamin kenyamanan kerja pegawai guna untuk bersaing dengan jasa pengiriman lainnya.

Dalam hal persaingan saat ini PT. POS Indonesia masih mempertahankan mutu dan kualitas dalam pelayanan dan keramahan yang di berikan untuk para konsumen. Kualitas pelayanan memiliki peranan yang sangat krusial untuk dapat terus eksis dalam persaingan yang sangat ketat mengingat terus menerus bermunculan kompetitor-kompetitor dengan berbagai macam inovasi dan mutu kualitas yang terus dikembangkan, sehingga jika PT. POS Indonesia tidak turut serta mengembangkan kualitas pelayanannya ini dapat berdampak kepada tidak dapat bersaingnya PT dan mengalami kemunduran bahkan hingga kegagalan. Maka dari itu peneliti merasakan adanya urgensi untuk meneliti sejauh mana kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. POS Indonesia Maka dari itu penelitian ini hendak membahas mengenai Optimalisasi Kepuasan Melalui Komunikasi Pelayanan POS Ekspres Pada POS Bekasi Jakasempurna Yang akan membahas mengenai pelayanan produk yang pada dasarnya sangat amat krusial untuk di perhatikan dan terus di evaluasi pada suatu perusahaan.

Mengacu pada pemaparan diatas dan melihat fenomena didalamnya maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait optimalisasi komunikasi dengan fokus permasalahan bagaimana optimalisasi kepuasan yang diterapkan pada pelayanan POS Express mengacu pada banyaknya dan ketatnya persaingan dalam bidang logistik yang memungkinkan tergesernya atau bahkan hilangnya kejayaan PT POS Indonesia jika ternyata strategi komunikasi yang dilakukan tidak efektif, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tersebut dengan judul “Optimalisasi Kepuasan Melalui Komunikasi Pelayanan POS Express Pada POS Bekasi Jakasempurna”.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan penjabaran penelitian di latar belakang maka peneliti memfokuskan penelitian terkait bagaimana optimalisasi kepuasan yang diterapkan pada pelayanan POS Express mengacu pada banyaknya dan ketatnya persaingan dalam bidang logistik yang memungkinkan tergesernya atau bahkan hilangnya kejayaan PT POS Indonesia jika ternyata strategi komunikasi yang dilakukan tidak efektif.

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Sebagaimana yang diuraikan dilatar belakang peneliti merumuskan masalah dalam penelian ini “Bagaimana Optimalisasi Kepuasan Melalui Komunikasi Pelayanan POS Express Pada POS Bekasi Jakasempurna dalam meningkatkan pelayanan POS Express untuk mewujudkan kepuasan konsumen?”

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan untuk mengetahui Optimalisasi Kepuasan Melalui Komunikasi Pelayanan POS Express Pada POS Bekasi Jakasempurna untuk mewujudkan kepuasan konsumen.

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini dapat digunakan dalam memberi wawasan dan menjadi referensi dalam pemahaman materi pada bidang keilmuan komunikasi, terutama kaitannya dengan optimalisasi kepuasan konsumen sehingga baik perusahaan ataupun konsumen dan masyarakat luas dapat memahami sebenarnya apa itu optimalisasi kepuasan konsumen serta bagaimana hal tersebut seharusnya di implementasikan agar tidak ada lagi perusahaan, konsumen ataupun masyarakat umum yang memiliki literasi yang minim akan hal tersebut. Selain itu, hasil penelitian juga diharapkan mampu memberi kontribusi bagi pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan di masa mendatang oleh peneliti lain yang mengulas topik serupa.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menjadi evaluasi atas pelaksanaan optimalisasi kepuasan konsumen yang telah dilakukan oleh PT Pos Indonesia dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di masa persaingan yang ketat dan menjadi bahan evaluasi bagi PT Pos Indonesia untuk terus melakukan evaluasi pada perusahaannya terkait pelayanan yang optimal serta menjadi bahan pertimbangan dalam penyusunan strategi berikutnya.