

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam beberapa tahun terakhir telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor, termasuk sektor perdagangan. Meningkatnya penggunaan internet mendorong pertumbuhan perdagangan digital (*e-commerce*) yang semakin pesat. Kondisi ini berdampak langsung pada meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap jasa pengiriman barang sebagai sarana distribusi utama dalam transaksi online. Jasa pengiriman tidak lagi hanya digunakan oleh pelaku usaha besar, tetapi juga oleh masyarakat umum yang melakukan transaksi jual beli secara daring. Pertumbuhan aktivitas *e-commerce* di Indonesia terus menunjukkan tren positif. Hal ini menyebabkan meningkatnya volume pengiriman barang dari waktu ke waktu.

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan tersebut, persaingan dalam industri jasa pengiriman juga semakin ketat. Berbagai perusahaan jasa pengiriman seperti JNE, *J&T Express*, SiCepat, dan lainnya berlomba-lomba menawarkan layanan terbaik, mulai dari harga yang kompetitif, kecepatan pengiriman, hingga kemudahan akses layanan. Dalam kondisi persaingan yang tinggi ini, perusahaan harus mampu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih jasa pengiriman agar tetap dapat bersaing dan mempertahankan pelanggan

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen adalah harga. Harga merupakan elemen penting dalam bauran pemasaran yang secara langsung mempengaruhi persepsi konsumen terhadap suatu produk atau jasa. Konsumen cenderung membandingkan harga yang ditawarkan dengan manfaat yang diperoleh sebelum memutuskan untuk menggunakan suatu jasa.

Kantor Pos sebagai salah satu penyedia jasa pengiriman di Indonesia memiliki jaringan yang luas hingga ke daerah-daerah terpencil. Kantor pos tidak hanya menyediakan layanan pengiriman, tetapi juga layanan pembayaran seperti SOPP (*System Online Payment Point*). Hal ini menjadi keunggulan tersendiri dibandingkan dengan perusahaan jasa pengiriman lainnya. Namun demikian, di tengah persaingan yang semakin ketat, Kantor Pos dituntut untuk terus meningkatkan daya saingnya, terutama dari segi harga layanan agar tetap diminati oleh masyarakat.

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan di Kantor Pos Cabang Amuntai 71400, diketahui bahwa terdapat beberapa perusahaan jasa pengiriman lain yang juga beroperasi di wilayah tersebut. Hal ini menyebabkan masyarakat memiliki banyak alternatif dalam memilih jasa pengiriman dan terlihat bahwa jumlah pelanggan yang datang untuk menggunakan jasa pengiriman masih *fluktuatif*, dimana pada waktu tertentu terlihat ramai, namun pada waktu lainnya relatif sepi. Selain itu, dari hasil wawancara singkat dengan beberapa pengguna jasa, diketahui bahwa sebagian konsumen mempertimbangkan harga layanan dalam menentukan

pilihan jasa pengirim.konsumen cenderung memilih jasa dengan harga yang dianggap terjangkau

Berdasarkan hasil observasi awal di Kantor Pos Cabang Amuntai 71400, ditemukan beberapa fenomena sebagai berikut:

1. Adanya persaingan jasa pengiriman seperti JNE, *J&T Express*, dan SiCepat di wilayah Amuntai
2. Jumlah pengguna jasa di Kantor Pos cenderung fluktuatif
3. Terdapat perbedaan tingkat kunjungan pelanggan pada waktu tertentu
4. Konsumen mempertimbangkan harga dalam memilih jasa pengiriman
5. Konsumen cenderung memilih jasa yang memiliki harga yang terjangkau

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap keputusan penggunaan jasa pada Kantor Pos Cabang Amuntai 71400.

B. Batasan Masalah

Adapun batasan dalam penelitian ini adalah hanya berfokus pada tiga variabel utama, yaitu:

1. Penelitian ini hanya fokus pada dua variabel utama, yaitu persepsi harga sebagai variabel independen dan keputusan penggunaan jasa sebagai variabel dependen .
2. Objek penelitian difokuskan pada Kantor Pos Cabang Amuntai 71400, sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisasikan untuk seluruh Kantor Pos di Indonesia.

3. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah menggunakan jasa pengiriman di Kantor Pos Cabang Amuntai.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa pada Kantor Pos Cabang Amuntai 71400?

D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap keputusan penggunaan jasa pada Kantor Pos Cabang Amuntai 71400.

Manfaat dari penelitian yang penulis lakukan ini adalah:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak Kantor Pos Cabang Amuntai 71400 sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam menentukan kebijakan, khususnya terkait penetapan harga, guna meningkatkan keputusan masyarakat dalam menggunakan jasa pengiriman.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan bahan bacaan bagi mahasiswa, khususnya di lingkungan perguruan tinggi, dalam memahami penerapan teori pemasaran jasa dalam konteks nyata.
3. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman penulis mengenai pemasaran jasa serta meningkatkan kemampuan dalam menyusun dan melaksanakan penelitian ilmiah secara sistematis.