

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini persaingan dalam dunia bisnis sudah semakin tajam, para pemasar dituntut tidak hanya meningkatkan kualitas produk tetapi juga kualitas pelayanan untuk bisa tampil sebagai pemenang dalam persaingan. Dimana produk-produk sejenis sudah semakin tipis perbedaannya dalam hal kualitas, maka yang menjadi kunci utama untuk menjadi pemenang dalam persaingan tersebut adalah kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada para pelanggan. Kini semakin disadari bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

Survive tidaknya suatu perusahaan ditentukan oleh kemampuan perusahaan itu sendiri dalam memberikan pelayanan yang memuaskan kepada para pelanggannya. Kepuasan pelanggan bisa menjadi senjata andalan untuk tampil sebagai pemenang dalam persaingan tetapi bisa juga sebaliknya, dimana hal itu bisa menjadi bumerang yang dapat menghancurkan posisi perusahaan dalam dunia bisnis yang semakin kompleks. Pihak manajemen perusahaan dituntut untuk selalu memperbaiki kualitas pelayanannya dengan selalu memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan dan harapan dari pelanggannya. Bagaimana mereka merancang pelayanan mereka terhadap pelanggan sehingga para pelanggan selalu merasa terpuaskan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan tersebut.

Semuanya itu perlu ditempuh oleh perusahaan untuk mencapai profitabilitas yang tinggi sehingga perusahaan dapat terus tumbuh dan berkembang sesuai

dengan tuntutan persaingan dan bisa menjadi pemimpin pasar yang tangguh. Untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan, perusahaan dituntut untuk dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain. Dalam persaingannya dengan perusahaan jasa pengiriman lainnya.

Kotler dalam Alma (2007), mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan *service* yang dihasilkan perusahaan. Sedangkan menurut Tjiptono (2007), kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen.

Kualitas pelayanan dapat diukur dengan lima dimensi sesuai dengan urutan derajat kepentingan relatifnya (Tjiptono, 2007), yaitu : Bukti langsung (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Daya tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*).

Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi.

Menurut Kotler dan Keller (2009) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Ketika pelanggan telah merasa puas maka

akan terjalin hubungan harmonis antara produsen dan konsumen, menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan sebuah perusahaan.

Kepuasan konsumen terhadap perusahaan jasa diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu pelayanan sesuai dengan kenyataan yang diterima tentang pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Jika pelayanan suatu perusahaan jasa tersebut jauh dibawah harapan konsumen maka konsumen akan kecewa. Sebaliknya, jika layanan yang diberikan memenuhi harapan konsumen, maka konsumen akan senang. Harapan konsumen dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan pelayanan suatu perusahaan jasa, omongan orang lain dan informasi iklan.

Saat ini banyak muncul industri-industri yang menawarkan sarana komunikasi, salah satunya difasilitasi oleh industri jasa pengiriman didalam negeri beberapa tahun ini berkembang cukup pesat. Untuk memenuhi kebutuhan pengiriman barang, saat ini banyak perusahaan jasa pengiriman barang yang terus berkembang dan bersaing untuk merebut pasar. Salah satu diantaranya adalah J&T Express. Jasa pengiriman juga sangat berpengaruh penting dalam pertumbuhan perdagangan didalam maupun luar negeri.

J&T Express merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pengiriman barang di Indonesia. J&T Express sendiri melayani pengiriman keseluruhan pedalaman kota maupun luar kota maupun luar negeri. Bukan hanya itu saja pihak J&T Express juga menyediakan layanan pengambilan barang dan mengantar

dengan cepat ke konsumennya, pada waktu yang bersamaan. Ada beberapa keunggulan dalam bidang jasa J&T Express yaitu :

1. Dijamin penyerahan barang/kiriman ke alamat tujuan
2. Tarif yang cukup ekonomis
3. Informasi layanan, tarif dan jaringan tersedia di www.jet.co.id
4. Jaringan pengiriman barang melalui J&T Express menjangkau seluruh Indonesia (lebih dari 1000 drop point di 381 kota di Indonesia)
5. Jemput barang ditempat gratis untuk siapa saja tanpa syarat
6. Layanan costumer yang diberikan 24 jam
7. Proses ganti rugi barang yang tepat

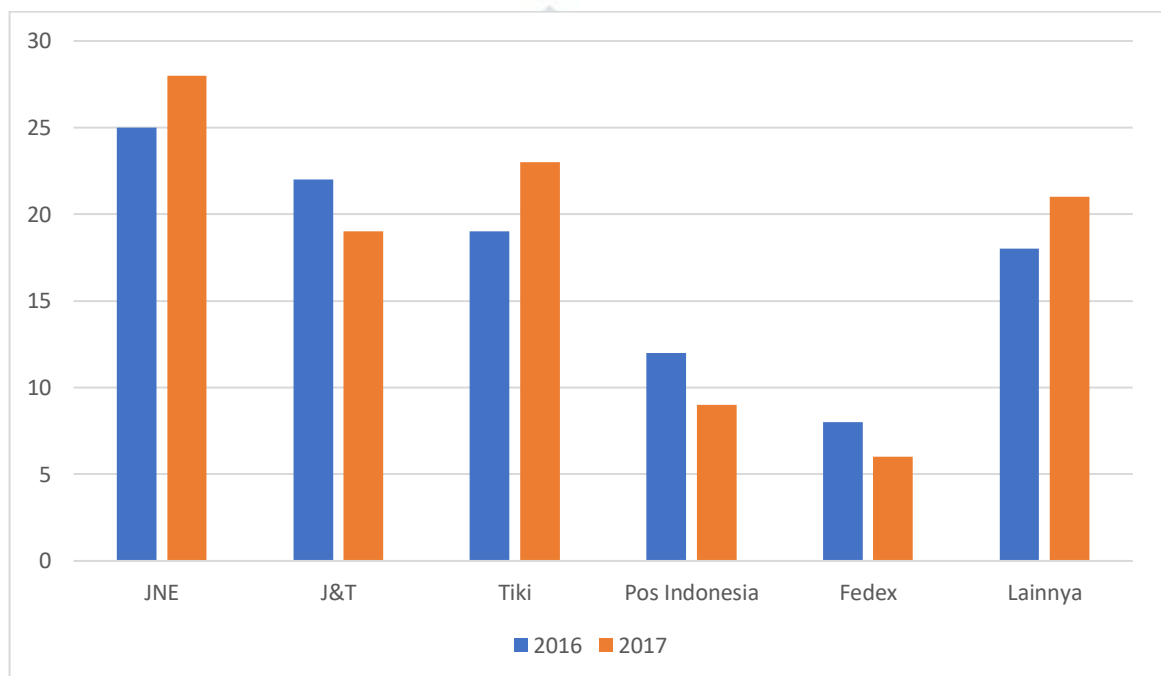
Tingginya permintaan pengiriman barang di daerah Bandung, tidak lepas dari campur tangan beberapa penyedia jasa pengiriman barang yang ada di daerah Bandung. Beberapa penyedia jasa diantaranya PT. Pos Indonesia juga menyediakan jasa dengan banyak produk antara lain :

1. Layanan paket pos
2. Paket pos kilat khusus
3. Paket pos express
4. Paket pos kilat biasa

Masing-masing penyedia jasa pengiriman barang mempunyai strategi khusus dalam menjangking pelanggan mereka. Untuk saat ini juga kantor pos juga sudah mulai mengikuti perkembangan zaman dengan menyediakan website pos indonesia dan memiliki kurang lebih 3.700 kantor pos diseluruh Indonesia.

Sebagai salah satu gambaran akan luasnya pasar jasa kurir di Indonesia Gambar 1.1 menunjukkan *market share* dari beberapa perusahaan jasa kurir di Indonesia, baik dari perusahaan BUMN maupun swasta :

Gambar 1.1 Perbandingan *Market Share* Jasa Kurir Indonesia Pada Tahun 2016 dan 2017



Sumber : <http://www.Bataviase.co.id/node/686960>

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa JNE lebih unggul, pada tahun 2016 dan 2017 yaitu perusahaan Jasa Kurir JNE dengan presentase 25% di tahun 2016 dan 28% di tahun 2017. Posisi selanjutnya diikuti oleh perusahaan J&T dengan presentasi 22% di tahun 2016 dan 19% ditahun 2017. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa telah terjadi penurunan *market share* sebesar 3% dari awalnya 22% di tahun 2016 menjadi 19% di tahun 2017 pada perusahaan kurir J&T. Lain halnya

dengan kompetitor utamanya yaitu JNE terjadi peningkatan *market share* sebesar 3% dari awalnya 25% di tahun 2016 menjadi 28% di tahun 2017.

Penurunan *market share* pada J&T untuk periode 2016 s/d 2017 dapat disebabkan oleh beberapa faktor antara lain yaitu kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan jasa kurir lain lebih baik daripada pelayanan yang diberikan oleh J&T, kemudian teknologi yang digunakan jasa kurir lain lebih canggih daripada teknologi yang digunakan oleh J&T, dan faktor lainnya.

J&T yang bergerak di bidang jasa kurir memiliki nama yang cukup terkenal di mata masyarakat, namun pada kenyataannya masih banyak kualitas pelayanannya yang belum memuaskan pelanggan J&T. Berikut merupakan perbandingan komplain yang diterima J&T untuk periode waktu 2016 s/d 2017 sebagai berikut;

Tabel 1.1

Jumlah Komplain Pelanggan J&T

Bulan	2016	2017
Januari	34	17
Februari	27	22
Maret	30	20
April	28	15
Mei	21	17
Juni	26	36
Juli	37	39

Bulan	2016	2017
Agustus	15	49
September	17	32
Oktober	25	21
November	10	40
Desember	31	37
Jumlah	301	345

Sumber : Data diolah oleh peneliti 2018

Tabel diatas menggambarkan tingkat ketidak puasan pelanggan dari tahun 2016 sampai 2017 semakin meningkat, hal ini ditimbulkan dari segi kualitas pelayanan yang masih harus diperbaiki dan harus menjadikan suatu perhatian penting bagi pihak manajemen J&T. Beberapa keluhan pelanggan akan kualitas Jasa J&T pada tahun 2016 sampai 2017 diantaranya :

1. Paket yang dikirimkan tidak tepat waktu.
2. Pengembalian paket yang tidak terkirim karena alamatnya tidak jelas di informasikan kepada pengirim dalam waktu yang lama.
3. Paket berbentuk makanan terkadang sampai di penerima rusak.
4. Karyawan dalam melayani pelanggan dalam proses pelayanan yang lama.
5. Lokasi kantor cabang hanya berada di kota besar sehingga ada beberapa pelanggan yang berada dijauh kota kesulitan untuk mengambil barang tersebut.

Kepuasan menjadi sebuah ukuran yang diberikan oleh setiap perusahaan jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pada setiap pelanggannya. J&T Express Agen Panyileukan telah berusaha memenuhi semua faktor atau unsur-unsur yang menjadi pertimbangan para pelanggan, namun perusahaan belum mengetahui bagaimana penilaian para pelanggan terhadap J&T Express. Dengan fenomena tersebut penulis berusaha untuk mengetahui tentang tanggapan para pelanggan terhadap kualitas pelayanan J&T Express Agen Panyileukan. Dari tanggapan tersebut para pelanggan dapat diketahui kelebihan dan kekurangan J&T Express Agen Panyileukan sehingga dapat dievaluasi apakah strategi pemasaran yang selama ini diterapkan J&T Express

Agen Panyileukan sudah sesuai atau perlu dilakukan perubahan sehingga dicapai target yang diharapkan. Untuk mengetahui sejauh mana kemampuan J&T Express memberikan kepuasan melalui pelayannya, diperlukan riset pemasaran. Informasi dari hasil riset pemasaran tersebut bertujuan mengetahui sikap dan perilaku para pelanggan terhadap apa yang paling berpengaruh dalam pengambilan keputusan menjadi pelanggan J&T Agen Panyileukan.

Pada hakikatnya pengukuran kualitas suatu jasa atau produk hampir sama dengan pengukuran kepuasan konsumen, yaitu ditentukan oleh variabel harapan dan kinerja yang dirasakan. Untuk melakukan pengukuran kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2004) dapat digunakan dimensi-dimensi kualitas pelayanan yaitu : bukti langsung (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empatu (*emphaty*).

Pengukuran ini dikenal sebagai *service quality model*. Pelayanan menekankan pada aspek kepuasan konsumen sehingga dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas kepada perusahaan yang telah memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan. Mengingat peran yang cukup strategis dari kepuasan konsumen terhadap kelangsungan hidup perusahaan, penulis sangat tertarik untuk mengadakan penelitian terhadap kualitas pelayanan yang diduga mempengaruhi kepuasan konsumen, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Perusahaan J&T Express Agen Panyileukan)”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Pelanggan dalam hal ini yang menggunakan jasa layanan J&T Express lebih dari 1 kali
2. Variabel kualitas pelayanan yang digunakan sebagai dasar penelitian meliputi bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.
3. Kurangnya fasilitas dan layanan yang diberikan PT. J&T Express Agen Panyileukan.
4. Kurang cepat dalam melakukan pelayanan terhadap pelanggan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T Express Agen Panyileukan.
2. Apakah kualitas pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan variabel mana kah dari kualitas pelayanan yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan para pelanggan J&T Express Agen Panyileukan.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T Express Agen Panyileukan.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan variabel mana yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express Agen Panyileukan.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian yang dilakukan akan memberikan beberapa kegunaan atau manfaat antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan informasi atau pengetahuan baru kepada pihak-pihak yang berkepentingan dan dapat bermanfaat sebagai bahan pedoman atau pembanding untuk penelitian selanjutnya agar dapat menyusun proposal skripsi dengan baik dan benar.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, informasi tambahan dan dapat sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan J&T untuk lebih memahami sejauh mana peranan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Serta dapat membantu perusahaan dalam mengambil kebijakan yang tepat dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

F. Kerangka Pemikiran

1. Bukti Langsung (*Tangible*)

Bukti langsung meliputi penampakan dari fasilitas, gedung, peralatan dan penampilan dari karyawan perusahaan. Sebuah perusahaan yang mempunyai fasilitas yang lengkap serta gedung yang memadai akan mempengaruhi evaluasi konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan tersebut. Konsumen selalu mencoba untuk menilai suatu pelayanan atau servis jasa sebelum mereka membeli, mereka tidak mampu untuk melihat jasa itu sendiri, mereka akan mendasarkan penilaian mereka terhadap semua benda-benda yang berasosiasi dengan jasa itu sendiri.

2. Keandalan (*Reliability*)

Kehandalan menunjukkan seberapa jauh penyedia jasa sanggup memberikan pelayanan atau jasa sama seperti yang telah dijanjikan secara akurat dan tepat. Reliability bukan hanya sangat penting untuk masalah-masalah yang sangat besar, tapi seringkali jasa yang kecil pun merupakan hal yang penting untuk konsumen dalam memberikan evaluasi apakah suatu jasa berkualitas tinggi atau rendah. Akibat dari pelayanan yang jelek, perusahaan akan menerima publikasi yang

negatif dan hal itu menyebabkan berkurangnya konsumen yang akan membeli jasa dikemudian hari.

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya Tanggap, menunjukkan kemauan dan komitmen dari penyedia jasa untuk membantu pelanggan dalam memberikan jasa pada waktu yang tepat. Antrian yang panjang selalu merupakan hal yang sering dikeluhkan oleh konsumen. Responsiveness bukan hanya menyangkut dari cepatnya suatu pelayanan yang diberikan, tetapi juga kemauan dari penyedia jasa atau karyawan dalam membantu konsumen.

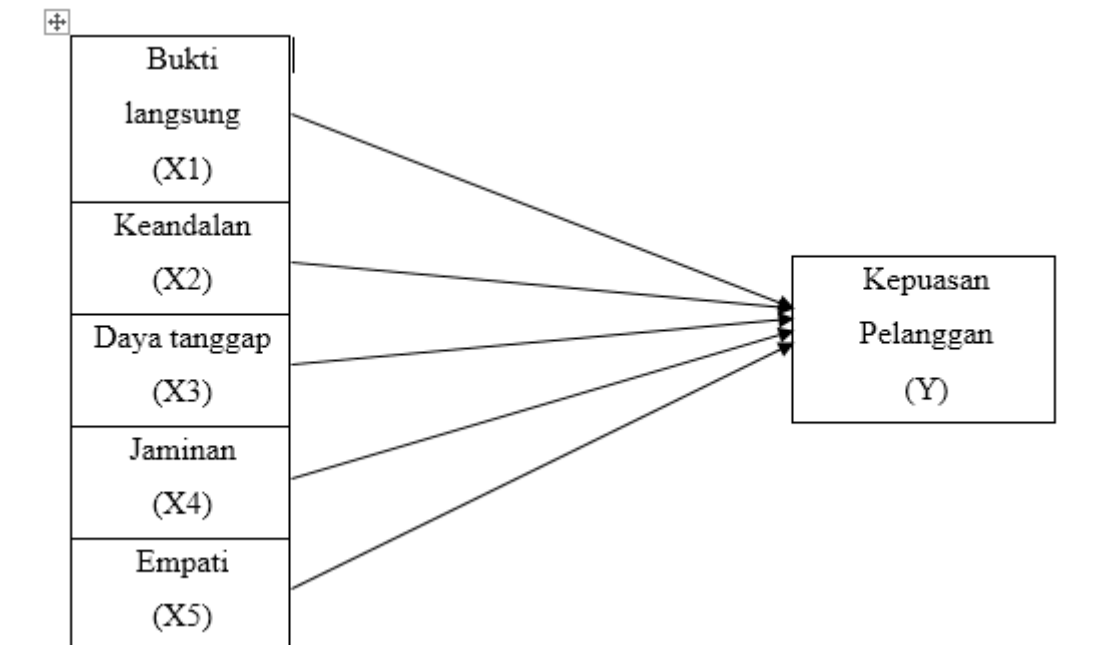
4. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan meliputi kompetensi, *courtesy*, *credibility* (kredibilitas) dan *security* (keamanan). Kompetensi terdiri dari keahlian dan pengetahuan dari para karyawan dalam memberikan pelayanan. *Courtesy* meliputi kesopanan dan keramahan dari karyawan terhadap konsumen. Kredibilitas menyangkut reputasi suatu perusahaan.

5. Empati (*Empathy*)

Empati, meliputi *access*, *communication*, dan *under standing customer*. Kemampuan berkomunikasi para karyawan untuk menjelaskan dengan baik mengenai pelayanan yang disediakan akan memberikan dampak positif dari penilaian konsumen. Yang perlu diperhatikan lagi adalah mengerti keinginan konsumen, hal ini tidak boleh diremehkan.

Gambar 1.2 Kerangka Pemikiran



Sumber : Diolah oleh peneliti 2018

G. Penelitian Terdahulu

Tabel 1.2
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil
1.	Melanesia (2011)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan harga berpengaruh secara

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil
		Nasabah Bank pada Nasabah PD BPR Bank Sleman di Kabupaten Sleman	positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2.	Retna (2013)	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen pada PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor.
3.	Wahyuno (2013)	Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil
		pengguna jasa Hotel Anugerah Glagah Indah Temon Kulon Progo Yogyakarta	signifikan secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Anugerah Glagah Indah.
4.	Mar'ati (2016)	Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi pada Konsumen Gojek di Surabaya)".	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
5.	Januar Efendi Panjaitan (2016)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil
			kepuasan pelanggan.
6.	Dwi Alliyah Apriani (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survey pada konsumen <i>The Little A Coffee Shop</i> Sidoarjo)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
7.	Meliza Mustika (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Wardah Beauty House Medan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
8.	Siti Kusmiati (2015)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil
		Kepuasan Konsumen (Studi pada Koperasi “KOPPI MANIEZ” Pondok Pesantren Nurul Ummah Putri Yogyakarta	secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Sumber: Diolah Peneliti 2018

H. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2009) “Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat tanya”. Hipotesis juga dapat dikatakan sebagai pendugaan sementara mengenai hubungan antara variabel yang akan diuji kebenarannya. Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto (2006) “Hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data yang terkumpul”.

Maka hipotesis hendaknya mengandung implikasi yang lebih jelas terhadap pengujian hubungan yang dinyatakan. Oleh karena itu, berdasarkan uraian dari hubungan antar variabel diatas hipotesis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Hipotesis 1

H1 : Terdapat pengaruh positif antara Kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan para pelanggan J&T Express Agen Panyileukan.

2. Hipotesis 2

H2 : Terdapat pengaruh positif antara Kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan para pelanggan J&T Express Agen Panyileukan.

