

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi, banyak perusahaan jasa layanan dengan kualitas internasional dalam memenuhi kebutuhan konsumen di pasar global. Hal ini dilakukan dalam rangka menghadapi persaingan baik dipasar *domestic* maupun di pasar internasional. Demikian perusahaan perlu mempersiapkan diri dalam menyusun strategi efektif dan jangka panjang guna meningkatkan daya saing atas jasa pelayanan dengan kualitas berstandar internasional.

Bidang jasa merupakan bidang yang menawarkan pelayanan yang membantu konsumen dalam berbagai hal. Bidang jasa yang merupakan bidang yang tak akan pernah mengalami kebangkrutan atau pailit meski dalam kondisi sulit sebab setiap orang sudah pasti membutuhkan bantuan orang lain dalam memutuskan atau menyelesaikan berbagai hal. Jasa pengiriman merupakan salah satu bidang jasa yang paling banyak digunakan. Jasa pengiriman sangat membantu mengirimkan benda kepada seseorang. Entah jaraknya memang sangat jauh atau tidak begitu jauh, yang pasti perusahaan pengiriman memiliki andil dalam sampainya benda yang dikirim kepada yang dituju.

PT. TIKI Jalur Nugraha Ekakurir tersebut merupakan perusahaan dibidang logistic yang didukung secara *online* yang tersebar luas di seluruh indonesia. Perusahaan yang beridiri sejak 1990 ini menawarkan 4 jenis produk pengiriman barang, antara lain yaitu YES (Yakin Esok Sampai), SS (*Super Speed*), Reg (Reguler), OKE (Ongkos Kirim Ekonomis).

Permasalahan utama pada JNE pada produk dan kualitas layanan yaitu *Hotline* yang tersedia sulit dihubungi. Kurir tidak berinisiatif untuk menelepon penerima barang, jika sewaktu-waktu barang tidak terkirim karena alamat sulit

ditemukan atau karena adanya alasan yang lain dan hanya menjangkau pengiriman di kota-kota besar dan tidak sampai ke pelosok atau pedesaan dan mermasalahan yang lainnya berupa (Nama & Alamat pada no kiriman tidak sesuai dengan Nama & Alamat pada paket, kemungkinan tertukar dengan paket lain dan Paket anda terkirim ke kota yang salah, misalnya tujuannya kota Surabaya tapi terkirim ke kota Yogyakarta). Dari Jasa pelayanan yang banyak pesaingnya adalah pelayanan yang diberikan apakah sudah sesuai harapan konsumen atau belum. Oleh karena itu, JNE dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan konsumen dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan penyediaan fasilitas agar kepuasan konsumen meningkat. Pihak JNE perlu secara cermat menentukan kebutuhan konsumen sebagai upaya untuk memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan atas pelayanan dan penyediaan fasilitas yang diberikan. Menjalin hubungan dan melakukan penelitian terhadap mereka perlu dilakukan agar pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan.

PT.TIKI Jalur Nugraha Ekakurir juga memiliki persaingan dengan perusahaan jasa lainnya. Contoh pengiriman barang dari Jakarta - Bandung dengan berat barang (1kg).

KURIR	PRODUK	HARGA	ESTIMASI
JNE	REGULER	11.000	1-2 hari
TIKI	REGULER	9000	1 hari
J&T	REGULER	10.000	1-2 hari
Sicepat	REGULER	11.000	1-2 hari
POS	REGULER	14.000	1-2 hari

Peluang bisnis pengiriman barang menjadi jauh lebih cerah selama beberapa tahun terakhir ini. Penjual dan pembeli hanya bertemu secara online, sehingga mereka membutuhkan perusahaan jasa pengiriman untuk menyampaikan berbagai pesanan yang terjadi di dalam transaksi jual beli

online yang mereka lakukan. Peran perusahaan jasa pengiriman barang begitu besar dalam hal ini, itulah mengapa peluang bisnis pengiriman barang menjadi begitu baik belakangan ini. Adapun kekurangan dan kelebihan dari perusahaan jasa pesaing yaitu, JNE mempunyai kelebihan. Memiliki beberapa layanan yang budgetnya bisa disesuaikan dengan kebutuhan dan juga keuangan konsumen dan Memiliki jaminan uang kembali (garansi), jika sewaktu-waktu kiriman barang melampaui batas pengiriman yang ditentukan (khusus paket jenis tertentu). Memiliki sistem tracking yang baik, sehingga Anda dengan mudah bisa melacak keberadaan dan proses pengiriman barang kiriman. Bisa mengirim dokumen dan berbagai surat berharga lainnya. Sedangkan kekurangan dari JNE ialah Pengiriman terkadang melebihi waktu yang telah diperkirakan sejak awal, Nomor resi pengiriman seringkali sulit untuk dilacak dan tarif pengiriman yang diterapkan terbilang lebih mahal, jika dibandingkan dengan perusahaan pengiriman barang lainnya. Lalu TIKI mempunyai kelebihan TIKI menerapkan tarif pengiriman yang sangat kompetitif dan bahkan tergolong lebih rendah dari perusahaan pengiriman lainnya dan memiliki pengalaman yang cukup lama di bidang pengiriman barang. Adapun kekurangannya yaitu dari Kurir tidak berinisiatif untuk menelepon penerima barang, jika sewaktu-waktu barang tidak terkirim karena alamat sulit ditemukan atau karena adanya alasan yang lain dan TIKI hanya menjangkau pengiriman di kota-kota besar dan tidak sampai ke pelosok atau pedesaan. Sedangkan dari J&T memiliki kelebihan Layanan jemput kiriman di tempat walau hanya satu barang dan kekurangannya Jaringan masih terbatas, hanya terdapat di kota-kota besar. Sedangkan yang terakhir dari POS Indonesia memiliki kelebihan berupa Pos Indonesia juga telah memiliki layanan online sejak tahun 2003 dan bisa diakses dengan mudah untuk berbagai kepentingan lainnya dan Pos Indonesia memiliki akses pengiriman yang paling murah dan terbilang cukup cepat untuk layanan pengiriman barang ke luar negeri karena tergabung dalam Persatuan Pos Dunia (Universal Postal Union). Mereka memiliki layanan EMS yang akan membuat waktu pengiriman lebih cepat. Sedangkan kelemahan dari perusahaan POS Indonesia Kurangnya sarana

promosi, sehingga orang jauh lebih mengenal perusahaan swasta lainnya sebagai perusahaan pengiriman barang.

Pengembangan bisnis bukan berarti tidak ada kendala sama sekali bagi perusahaan ekspedisi. Sedikit kendala yang ada, bahwa memperkenalkan suatu kualitas dan nilai tambah kepada konsumen pengguna jasa angkutan darat tidaklah mudah. Pelan-pelan JNE harus merubah *mindset* para pengguna layanan darat bahwa pengiriman barang bukan hanya murah, namun juga cepat dan aman.

JNE menyadari pentingnya tingkat kesadaran masyarakat yang tinggi akan citra positif perusahaan. Selain selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan memanjakan pelanggannya, tetapi harus mengembangkan bisnis seperti ini juga dilakukan sebagai bentuk apresiasi JNE terhadap pelanggan.

Jadi, Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan, 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. Kepuasan pelanggan terhadap perusahaan jasa diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan pelanggan terhadap suatu pelayanan sesuai dengan kenyataan yang diterima tentang pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Jika pelayanan suatu perusahaan jasa tersebut jauh dibawah harapan pelanggan maka pelanggan akan kecewa. Sebaliknya, jika layanan yang diberikan memenuhi harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa senang terhadap pelayanan dari perusahaan.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, data dirumuskan masalahnya, bahwa :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di PT. TIKI Jalur Nugraha Ekakurir ?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di PT. TIKI Jalur Nugraha Ekakurir ?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di PT. TIKI Jalur Nugraha Ekakurir ?

1.3.Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan diatas, maka penelitian ini dapat dilaksanakan dengan tujuan, untuk mengetahui :

- 1) Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di PT. TIKI Jalur Nugraha Ekakurir.
- 2) Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di PT. TIKI Jalur Nugraha Ekakurir,
- 3) Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di PT. TIKI Jalur Nugraha Ekakurir.

1.4. Manfaat Penelitian

1) Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan atau pertimbangan bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan strategi dalam rangka menetapkan visi, misi dan program kerja perusahaan.

2) Bagi Peneliti

Peneliti agar dapat memahami pengaruh produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di PT.Tiki jalur nugraha ekakurir dan

penulis dapat memperluas wawasan dalam menghimpun teori-teori yang dapat dijadikan acuan dalam mendukung variabel penelitian.

1.5. Batasan Masalah

Sehubungan dengan keterbatasan waktu, biaya dan tenaga pada penulis maka yang diteliti hanya terbatas 2 (dua) variabel independen yaitu : strategi pemasaran dan kualitas layanan sedangkan variabel terikatnya yang diteliti hanya kepuasan pelanggan.

1.6. Sistematika Penulisan

untuk memudahkan pemahaman dalam penulisan penelitian ini, penulis membaginya lima bab, dimana dalam setiap bab hanya difokuskan untuk membahas satu permasalahan saja. Adapun pokok-pokok yang dibahas pada masing-masing bab tersebut, dikemukakan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini hanya berisi tentang :

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang :

Pada bab ini menguraikan teori-teori yang mendukung pemecahan masalah penelitian sehingga dapat disimpulkan suatu hipotesis dan variabel-variabel penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang :

Pada bab ini akan dijelaskan dan diuraikan meliputi metodologi penelitian, lokasi penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik dan metode pengumpulan data serta analisis data, dan instrument penelitian dengan demikian dapat diketahui beberapa jumlah sampel yang dapat penulis ambil.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang :

Berisi tentang profil perusahaan, tujuan, dan batasan masalah penelitian seperti tercantum pada bab I sesuai dengan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan tentang :

Rangkuman pembahasan dari bab-bab sebelumnya dalam suatu kesimpulan penelitian dan berisikan saran-saran yang kiranya bisa bermanfaat bagi pihak terkait (perusahaan). Dan saran-saran untuk penulis selanjutnya.

