

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pengiriman barang saat ini sangat sering dilakukan oleh masyarakat luas dan prosesnya berlangsung sangat cepat. Bila sebelumnya masyarakat Indonesia melakukan transaksi jual beli secara langsung (konvensional), saat ini masyarakat mulai beralih ke pasar maya dan telah terbiasa dengan transaksi jual beli melalui internet. Tingginya frekuensi pengiriman barang tersebut salah satunya disebabkan oleh maraknya penjualan *online* dan pengiriman dokumen-dokumen yang dilakukan oleh perusahaan. Hal inilah yang merangsang pasar jasa pengiriman barang semakin tumbuh berkembang.

Bisnis ekspedisi atau jasa pengiriman barang merupakan salah satu bisnis yang cukup berpeluang ditahun 2019, kondisi geografis Indonesia yang memiliki banyak pulau adalah salah satu faktor pendukungnya. Maka jasa ini sangat di butuhkan untuk mengirimkan barang antar pulau. Peluang usaha bisnis ekspedisi semakin tinggi dikarenakan pertumbuhan pesat sektor *e-commerce*. Dengan sistem belanja *online*, menjadi salah satu *trigger* semakin banyak perusahaan-perusahaan jasa pengiriman barang atau kurir. Menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJI), pada tahun 2017 jumlah pengguna internet di Indonesia sudah mencapai 143,26 juta menurut Google dan Temasek jumlah transaksi dari *e-commerce* di Indonesia

mencapai Rp 146,7 triliun. Faktor praktis inilah yang membuka jalan bagi bisnis ekspedisi dengan menargetkan pasar *e-commerce* (www.barantum.com).

Perkembangan jasa ekspedisi terus mengalami peningkatan positif seiring dengan perkembangan bisnis jual beli *online*. Jasa ekspedisi di Indonesia mencatat pertumbuhan pendapatan yang mengesankan sebesar 30% - 40% pada tahun 2016 didukung oleh pertumbuhan cepat sektor *e-commerce*. Sektor jasa pengiriman dan kurir Indonesia diperkirakan akan terus tumbuh mengimbangi perkembangan pesat industri *e-commerce* (www.basarta.co.id).

Adanya perkembangan yang pesat pada jasa ekspedisi mendorong tumbuhnya persaingan antara penyedia jasa ekspedisi, sehingga perusahaan perlu menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka tindakan yang dilakukan konsumen (Kotler dan Keller, 2010).

Keberhasilan suatu perusahaan dipengaruhi oleh bagaimana perusahaan memuaskan pelanggan. Kepuasan pelanggan secara individu sangat sulit dicapai karena keanekaragaman keinginan pelanggan itu sendiri. Menurut Widjaja (2016), kepuasan konsumen terhadap suatu barang atau jasa produk tertentu tergantung pada beberapa faktor seperti besarnya biaya untuk berpindah ke produk barang atau jasa yang lain, adanya kesamaan

mutu, kualitas atau pelayanan dari jenis barang atau jasa pengganti, adanya resiko perubahan biaya akibat barang atau jasa pengganti dan berubahnya tingkat kepuasan yang didapat dari produk baru dibanding dengan pengalaman terhadap produk sebelumnya yang pernah dipakai. Kotler dan Keller (2012), juga menyatakan bahwa kepuasan pelanggan tergantung pada kinerja barang sesuai dengan harapan pelanggan setelah pembelian. Kaihatu (2008), tingkat kepuasan konsumen dapat diukur dengan membandingkan setiap harapan yang diinginkan dengan kualitas pelayanan yang diterimanya. Oleh karena itu kepuasan pelanggan sangat penting. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan.

Tjiptono (2012), Kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan untuk memenuhi keinginan konsumen. Kriteria dalam menentukan kualitas pelayanan dikembalikan kepada konsumen sendiri, pandangan terhadap suatu kualitas pelayanan akan dimulai dari bagaimana pemberi pelayanan itu dapat memenuhi harapan konsumen, dilanjutkan dengan bagaimana pemberi pelayanan menampilkan performanya. Tujuan utama perusahaan yang bergerak dibidang jasa adalah menciptakan dan mempertahankan konsumen. Pelayanan prima (*service excellence*) suatu perusahaan dinilai baik apabila pelanggan atau nasabah memakai produk atau jasa selalu mendapatkan kepuasan. Ada beberapa faktor kriteria penilaian kualitas pelayanan yaitu

kriteria berwujud (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), responsive (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphathy*).

Kehandalan (*reliability*) adalah kemampuan perusahaan maupun karyawan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan sejak awal secara tepat, cepat, akurat dan meyakinkan. Daya tanggap (*responsiveness*) adalah untuk merespon keinginan dan kebutuhan pelanggan. Jaminan (*assurance*) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan jaminan atau garansi terhadap layanan dan kepercayaan yang diberikan pada konsumen. Empati (*emphathy*) adalah sikap dan perhatian yang diberikan penyedia jasa kepada konsumen. Berwujud (*tangibles*) adalah bukti konkret kemampuan suatu perusahaan untuk menampilkan yang terbaik bagi pelanggan.

Kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2012). Kualitas jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas mempunyai hubungan yang sangat erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin suatu ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dari pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Kualitas jasa yang dihasilkan oleh penyedia jasa sangat erat

kaitannya dengan kepuasan konsumen. Kualitas dapat memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang hubungan yang terjalin dapat memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara memaksimalkan pelayanan yang menyenangkan dan menghilangkan perasaan yang membosankan. Pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen telah diteliti oleh sejumlah peneliti sebelumnya. Pernyataan ini didukung oleh sejumlah penelitian sebelumnya yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Rohaeni dan Marwa, 2018 ; Haryanto, 2013).

Dalam penelitian ini pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan implementasi pada perusahaan ekspedisi Kantor Pos Watesyogya. Kantor Pos Watesyogya merupakan perusahaan ekspedisi yang melayani jasa pengiriman surat dan barang antar wilayah di Indonesia maupun luar negeri. Mengingat jasa layanan Kantor Pos Watesyogya yang banyak dibutuhkan oleh masyarakat maka perlu dilakukan kajian mengenai tingkat kepuasan konsumen pada layanan jasa ekspedisi. Oleh itu penelitian ini akan dilakukan kajian mengenai tingkat kepuasan konsumen yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.

B. Batasan Masalah

Untuk membatasi arah penelitian ini maka diberikan sejumlah batasan permasalahan sebagai berikut:

1. Responden yang akan diteliti adalah pelanggan Kantor Pos Watesyogya yang sedang menggunakan layanan secara langsung dan minimal berusia 17 tahun.
2. Dimensi kualitas pelayanan dibatasi pada bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*).

C. Rumusan Masalah

Mengacu pemaparan pada latar belakang maka diberikan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah bukti fisik (*tangible*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos Watesyogya.
2. Apakah kehandalan (*reliability*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos Watesyogya.
3. Apakah daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos Watesyogya.
4. Apakah jaminan (*assurance*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos Watesyogya.
5. Apakah empati (*empahty*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos Watesyogya.

6. Apakah bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos Watesyogya.
7. Diantara variabel bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*) manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos Watesyogya.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah dirumuskan maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos Watesyogya.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos Watesyogya.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos Watesyogya.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos Watesyogya.

5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh empati (*empathy*) terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos Watesyogya.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos Watesyogya.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*) manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos Watesyogya.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diberikan sejumlah manfaat penelitian:

1. Bagi Kantor Pos Watesyogya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar perumusan strategi pencapaian kepuasan pelanggan dengan memperhatikan dimensi pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Kantor Pos Watesyogya.

2. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi wadah untuk menerapkan ilmu yang telah dipelajari di bangku kuliah untuk membandingkan teori dengan kenyataan di lapangan dan

menambah wawasan. Dapat memberikan bukti empiris mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi dan referensi untuk perpustakaan serta bagi para peneliti yang ada kaitanya dengan penelitian ini. Dapat dijadikan sebagai masukan untuk penelitian tentang kepuasan pelanggan.

4. Bagi Konsumen

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengetahui tentang kualitas pelayanan yang ada di Kantor Pos Watesyogya sehingga dapat menilai dan merasakan kepuasan dari Kantor Pos Watesyogya.

F. Kerangka Penulisan Skripsi

Untuk mempermudah pemahaman dalam penelitian ini, maka dibuat rancangan penulisan yang mana dalam penelitian ini terdiri dari :

BAB I : Pendahuluan

Pendahuluan ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat dan kerangka penulisan skripsi.

BAB II : Tinjauan / landasan pustaka

Pada bab ini diuraikan mengenai landasan teori yang melandasi penelitian ini, hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran serta hipotesis.

BAB III : Metode Penelitian

Pada bab ini berisi tentang lokasi penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengambilan *sampling*, variabel dan definisi operasional, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian dan pembahasan

Pada bab ini membahas analisis dalam penelitian serta berisi jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang disebutkan dalam rumusan masalah.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menyajikan secara singkat kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan dan juga memuat saran-saran baik pihak yang berkepentingan untuk kepentingan peneliti lebih lanjut.

