

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Salah satu pendukung perekonomian saat ini adalah industri jasa. Saat ini industri jasa terbagi menjadi beberapa spesifikasi antara lain industri jasa dibidang properti, rekreasi, pendidikan, transportasi, komunikasi, keuangan dan juga jasa pengiriman barang. Jasa pengiriman barang merupakan jasa yang sangat potensial. Perkembangan jasa pengiriman barang saat ini sangat pesat terlihat banyak perusahaan memiliki layanan jasa pengiriman barang. Kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting bagi jasa pengiriman barang mengingat besarnya resiko pengiriman barang menggunakan jasa pengiriman barang. Kepuasan adalah perasaan atau respon seseorang terhadap suatu hal yang dianggap baik atau memadai dan menyenangkan atau suatu hal yang mengecewakan yang berasal dari konsumsi suatu produk atau jasa setelah membandingkan harapan yang dimilikinya terhadap produk atau jasa dengan apa yang diterimanya dari produk atau jasa tersebut (Kotler & Keller, 2013). Terdapat banyak faktor pembentuk kepuasan pelanggan antara lain kualitas pelayanan perusahaan.

Kualitas pelayanan adalah persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan diharapkan (*expectde service*) (Fandy Tjiptono, 2014). Kualitas menggambarkan sekumpulan karakteristik barang atau jasa, baik yang terlihat maupun yang tidak terlihat. Jasa yang memiliki kualitas baik akan menarik kesetiaan konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan dan meningkatkan kepuasan konsumen. Terdapat lima dimensi kualitas jasa yang dijadikan pedoman oleh pelanggan dalam menilai kualitas pelayanan, antara lain : Berwujud (*Tangible*) yaitu Penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan personil empati yaitu sebagai Syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan. Keandalan (*Reliability*) yaitu Kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya. Respon (*Responsiveness*) yaitu Kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau tanggap. Keyakinan (*Assurance*) yaitu Pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan

dan keyakinan. Saat ini perkembangan usaha bisnis penyedia jasa pengiriman barang telah mengalami perubahan karena perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi. Asosiasi perusahaan jasa pengiriman ekspres indonesia (asperindo) memprediksi industri logistik akan meningkat lebih dari 15% di bandingkan tahun 2017. Semetara Ali (Asosiasi logistik indonesia) memprediksi industri logistik setiap tahun nya akan tumbuh 15% dibandingkan tahun 2018. Melihat hal tersebut terlihat semakin banyak masyarakat Indonesia yang menggunakan jasa pengiriman barang atau pengiriman dokumen-dokumen. Tingginya permintaan masyarakat berdampak pada persaingan yang ketat didalam perusahaan jasa pengiriman barang berbagai pelayanan, harga dan promosi yang ditawarkan berbagai perusahaan pengiriman barang dan banyaknya industri yang bergerak dibidang pengiriman jasa. Saat ini terdapat beberapa perusahaan jasa pengiriman barang beroperasi dalam bisnis jasa pengiriman barang di indonesia. Berikut data perusahaan jasa pengiriman barang di indonesia

Tabel 1.1 Data perusahaan jasa pengiriman barang di indonesia

No	Nama Perusahaan
1	JNE
2	J&T Ekspres
3	TIKI
4	Pos Indonesia
5	Pahala Ekspres
6	DHL
7	Cahaya Abadi Ekspres
8	Fedexs
9	Cv. Dinamika Indo Nusantara
10	PT. Cargonesia Utamatrans
11	Wahana Ekspres
12	Sicepat Ekspres
13	Indah logistic
14	RPX Holding
15	Pandu Logistic

Sumber : <https://www.kargo.co.id>

Berdasarkan tabel 1.1 data perusahaan jasa pengiriman barang di Indonesia terdapat beberapa nama perusahaan besar yang bergerak dibidang pengiriman barang. Persaingan antara penyedia layanan jasa pengiriman barang semakin pesat dengan kondisi persaingan antara jasa pengiriman barang yang semakin ketat. Sekarang ini konsumen semakin pintar dalam memilih layanan pengiriman barang, dengan standar pelayanan yang tinggi. Di dalam bisnis pengiriman barang, ketepatan waktu juga jadi salah satu faktor yang berpengaruh kuat terhadap keberhasilan sebuah perusahaan ekspedisi. Beragam layanan yang diberikan setiap masih-masing perusahaan jasa pengiriman barang antara lain layanan ekspres, layanan reguler, layanan jemput paket, layanan kirim ekonomis. Semua layanan yang diberikan perusahaan untuk menciptakan kepuasan terhadap konsumen, sehingga setiap perusahaan memiliki strategi untuk merebut pangsa pasar. Antara lain gratis ongkir, memberikan kembali dana atau *refund*, penjemputan gratis, lacak paket melalui situs internet, dan ganti rugi.

Top Brand Award yaitu sebuah penghargaan yang diberikan kepada merek-merek yang meraih predikat TOP. Penghargaan ini diberikan berdasarkan penilaian yang diperoleh dari hasil survei berskala nasional dibawah penyelenggaraan Frontier Consulting Group. Berdasarkan data top indeks award terdapat 3 perusahaan jasa pengiriman barang yang menduduki 3 posisi top jasa pengiriman barang pada tahun 2018. Berikut data top brand award jasa pengiriman barang tahun 2018.

Tabel 1.2 Data Top Brand Award indeks Jasa Pengiriman Barang di Indonesia

JASA KURIR			
NO	MERREK	TBI	TOP
1	JNE	45.0%	TOP
2	J&T	13.9%	TOP
3	TIKI	13.6%	TOP

Sumber : Top Brand Award Result 2018 fase 2

Berdasarkan pada tabel 1.2 data Top Brand Award indeks jasa pengiriman barang terdapat tiga perusahaan besar yang mendapatkan penghargaan sebagai perusahaan jasa pengiriman barang terbaik di Indonesia. JNE jasa pengiriman barang yang menduduki posisi pertama dimana mendapatkan top brand indeks sebesar 45,0% hampir menguasai setengah pangsa pasar. J&T jasa pengiriman barang yang menduduki posisi ke dua memperoleh top brand indeks sebesar 13,9%. TIKI jasa pengiriman barang yang menduduki posisi ke tiga dengan mendapatkan top brand indeks sebesar 13,6%. Berdasarkan data tersebut terlihat Persaingan yang kuat dari ketiga perusahaan. Dimana perusahaan tersebut menduduki power top diantara perusahaan jasa pengiriman barang lainnya.

Perusahaan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir atau biasa yang dikenal dengan JNE berdiri pada tanggal 26 November 1990. yang merupakan perusahaan dalam bidang pengiriman barang ekspres dan logistik yang bermarkas di Jakarta, Indonesia. Memulai kegiatan usahanya yang terpusat pada penanganan kegiatan impor kiriman barang, dokumen serta pengantarannya dari luar negeri ke Indonesia. JNE juga memusatkan memperluas jaringan domestik, dari sini JNE mendapat keuntungan dan kemudian memperluas pelayanannya dengan logistik serta distribusi. JNE memperluas jaringan internasional dengan bergabung sebagai anggota asosiasi perusahaan-perusahaan besar beberapa negara Asia yang bermarkas di Hong Kong. JNE merupakan salah satu perusahaan pengiriman barang terkenal dan terbesar di Indonesia. JNE memiliki keunggulan dari perusahaan lain yaitu JNE akan mengganti barang yang hilang atau rusak maksimal sepuluh kali lipat dari ongkos kirim. Jika diasuransikan maka JNE akan menanggung biaya ganti rugi keseluruhan dari harga barang yang hilang atau rusak tersebut. JNE memiliki banyak layanan diantaranya memiliki website www.jne.co.id sebagai sarana pemberitaan informasi mengenai pengaduan pengiriman barang.

J&T didirikan pada Agustus 2015, J&T Express hanya membutuhkan waktu 2 tahun untuk menjadi salah satu perusahaan jasa pengiriman express terbaik di Indonesia. Hingga saat ini J&T Express telah menjangkau seluruh Indonesia dengan 1.300 kantor cabang. Pengiriman J&T Express mencapai rata-rata 200

ribu paket per hari, dan mencapai nilai tertinggi 250 ribu paket pada saat high season, serta terus bertumbuh lebih dari 20 persen per bulannya. Adapun layanan yang diberikan J&T ialah Menyediakan jasa layanan jemput paket di tempat tanpa biaya tambahan dan tanpa minimal berat paket. Gratis jemput di tempat merupakan layanan memberikan nilai plus bagi J&T Express. Keunggulan yang dimiliki J&T dari pada perusahaan jasa yang lain adalah Barang terjamin untuk di kirim ke alamat tujuan dan Tarif biaya kirim yang tergolong ekonomis.

PT. Citra van titipan kilat (TIKI) mengawali bisnisnya pada tahun 1970 di Jakarta. Berbekal pengalaman mereka terus berkomitmen dan terus meningkatkan kualitas layanan bagi konsumen. Ditunjang dengan jaringan yang tersebar luas di Indonesia dengan lebih dari 500 kantor perwakilan TIKI di seluruh pelosok nusantara sebagai bukti nyata bahwa TIKI terus berupaya memberikan yang terbaik kepada konsumen. Salah satu pelayanan terbaiknya perusahaan melayani pengiriman barang disaat hari minggu ataupun libur nasional. Layanan yang diberikan ialah Layanan TRC terbukti sangat bermanfaat bagi para pelanggan, termasuk di bulan Ramadan kemarin. Banyak para pelanggan yang menggunakan layanan TRC untuk mengirimkan barang berukuran besar atau dalam jumlah yang banyak. Keunggulan yang dimiliki TIKI yaitu memiliki layanan *pickup* atau pengambilan barang dari TIKI cabang ke Kantor pengirim (harus menjadi member tetap dahulu).

Kepuasan konsumen saat ini merupakan hal yang sangat penting yang harus diketahui oleh masing-masing perusahaan, agar perusahaan mampu meningkatkan kualitas pelayanannya. Karena setiap pelanggan mempunyai tingkat kepuasan yang bervariasi pada orientasinya. Hal ini merupakan indikator utama untuk mengukur kepuasan konsumen atas jasa layanan yang diberikan. Berdasarkan data top brand indeks terdapat 3 perusahaan jasa pengiriman barang yang menduduki peringkat top yaitu JNE, J&T dan TIKI, ketiga perusahaan bersaing untuk merebut pangsa pasar untuk menciptakan kepuasan atas jasa layanan yang diberikan. Berdasarkan uraian diatas penulis mengadakan penelitian dengan judul **“ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN JASA**

PENGIRIMAN BARANG DI BANDAR LAMPUNG MENGGUNAKAN METODE *FUZZY SERVQUAL*”

1.2 PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut : Bagaimana Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Jasa Pengiriman Barang Di Bandar Lampung dengan menggunakan metode *fuzzy servqual*.

1.3 RUANG LINGKUP PENELITIAN

1.3.1 Ruang lingkup subjek

Ruang Lingkup subjek penelitian ini adalah Konsumen jasa pengiriman barang JNE, J&T dan TIKI di Bandar Lampung.

1.3.2 Ruang Lingkup objek

Ruang Lingkup objek penelitian ini adalah kepuasan Konsumen jasa pengiriman barang JNE, J&T dan TIKI yang ada di Bandar Lampung.

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

Ruang lingkup tempat penelitian adalah perusahaan pelayanan jasa pengiriman barang JNE, J&T dan TIKI yang ada di Bandar Lampung.

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu

Waktu yang ditentukan ini didasarkan dan ditentukan pada penelitian yang dilaksanakan tahun 2018 sampai tahun 2019.

1.3.5 Ruang Lingkup Pada Ilmu Penelitian

Ruang lingkup ilmu penelitian ini adalah kepuasan konsumen, dan kualitas layanan.

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan Penelitian ini untuk mengukur Tingkat Kepuasan Konsumen Atas Jasa Pengiriman barang di Bandar Lampung dengan menggunakan *fuzzy servqual*.

1.5 MANFAAT PENELITIAN

1.5.1 Bagi Perusahaan

Hasil pemikiran ini menjadi bahan pemikiran dalam membangun sumber daya manusia terutama yang berkaitan dengan masalah kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa pengiriman barang.

1.5.2 Bagi penulis

Menambah pengetahuan dan wawasan tentang kepuasan konsumen terhadap jasa pelayanan pengiriman barang.

1.5.3 Bagi IBI Darmajaya

Menambah bahan pembelajaran mahasiswa untuk mencari materi tugas akhir pada perpustakaan khususnya fakultas ekonomi IIB Darmajaya.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Penelitian ini, pembahasan dan penyajian hasil penelitian akan disusun dengan materi sebagai berikut :

Bab I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang, jurnal, perumusan masalah, tujuan penelitian, ruang lingkup penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan.

Bab II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori-teori yang berhubungan dengan manajemen pemasaran, kualitas jasa, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, kerangka pikir, penelitian terdahulu.

Bab III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang jenis penelitian, sumber data, populasi dan sampel, variabel penelitian, definisi operasional, uji persyaratan instrumen, metode analisis data fuzzy.

Bab IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini peneliti mendemonstrasikan pengetahuan akademis yang dimilikidan ketajaman daya fisik dalam menganalisis persoalan yang dibahasnya degan pedoman pada teori teori yang dikemukakan pada bab II.

Bab V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang bersangkutan dan bagi pembaca pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**