

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kebutuhan konsumen di Indonesia saat ini semakin meningkat dan mengikuti perkembangan zaman, persaingan dalam bidang usaha yang bergerak dibidang jasa semakin meningkat tiap tahunnya. Perusahaan jasa yang mampu bersaing di pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan pelayanan yang baik sesuai dengan harapan konsumen. Dalam menentukan jasa para konsmen tidak ingin memilih sesuatu jasa yang tidak memiliki standar mutu yang baik, nantinya yang akan berdampak atau puas atau ketidakpuasan konsumen terhadap suatu jasa yang digunakan.

Salah satu perusahaan jasa yang mengalami kemajuan adalah jasa pengiriman. Keberadaan jasa pengiriman barang tidak hanya memudahkan masyarakat namun juga pelaku bisnis . Terutama pelaku bisnis online atau e-commerce menggunakan jasa pengiriman barang untuk mengirim barang ke konsumennya di seluruh Indonesia hingga ke luar negeri. Jumlah peminat.belanja online semakin hari semakin meningkat. Hal ini.menjadikan.jasa pengiriman barang memiliki hubungan erat dengan para pelaku bisnis. Melihat banyak jasa pengiriman barang yang ada di indonesia membuat para pelaku bisnis perlu menentukan jasa pengiriman barang yang tepat untuk digunakan. Melakukan survey terhadap jasa pengiriman barang yang akan digunakan penting dilakukan untuk mengetahui kredibilitas jasa pengiriman yang ada. Selain itu juga pelayanan yang profesional kecepatan pengiriman, biaya pengiriman, kemudahan dalam menggunakan jasa serata asuransi atau jaminan yang ditawarkan menjadi faktor yang harus di pertimbangkan dalam menggunakan jasa pengirman barang.

Persaingan dalam industri jasa menjadi semakin ketat. Perusahaan berlomba-lomba membuat strategi yang tepat untuk diterapkan di pasar dan menjangkau banyak konsumen. Selanjutnya, konsumen akan menentukan dan memutuskan untuk membeli jasa yang sesuai dengan kebutuhannya. Menurut Kotler dan Keller (2009), konsumen adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen perusahaan perlu meyakinkan konsumen untuk membeli jasa perusahaan yang ditawarkan. Pengiriman yang dilakukan adalah berupa barang, paket dan dokumen dapat dikirim untuk tujuan domestik maupun internasional melalui jalur darat, laut dan udara. Industri jasa pengiriman barang di Indonesia, JNE, TIKI, DHL, Wahana dan berbagai perusahaan jasa pengiriman lainnya.

TIKI salah satu perusahaan jasa pengiriman barang yang ada di Indonesia. TIKI berada dibawah manajemen PT Citra Van Titipan Kilat sejak tahun 1970. Sesuai dengan visi TIKI yaitu menjad. mitra jasa titipan kilat yang profesional dan termuka di dunia telah terbukti sudah 46 tahun TIKI berada dalam industri jasa pengiriman barang yang dikenal masyarakat luas. TIKI memiliki dua layanan produk pengiriman yaitu DOM dan INT. DOM adalah layanan pengiriman barang untuk seluruh Indonesia sedangkan INT adalah layanan pengiriman barang ke seluruh dunia. TIKI memiliki ribuan personil yang terampil dan berpengalaman dan ratusan armada yang handal dalam pengiriman paket. Hal inilah yang menjadikan TIKI termasuk industri jasa terbesar via udara di Indonesia. Prestasi ini menjadikannya menjadi pilihan konsumen dan selalu memasuki top brand setiap tahunnya. Strategi bisnis TIKI dalam perkembangan zaman, TIKI Go digital yakni menyediakan produk dan layanan uang berbasis teknologi bertujuan untuk memberikan kemudahan akses bagi konsumen melakukan pengiriman tanpa perlu terkendala waktu. Berikut ini terdapat data-data hasil penelitian menurut survey dari Top Brand Award Indonesia kategori jasa kurir di Indonesia pada tahun 2018 – 2021.

**Tabel 1. 1 Top Brand Indeks Jasa Ekpedisi di indonesia 2018 - 2021**

NO	2018		2019		2020		2021		Predika t
	Merk	TBI	Merk	TBI	Merk	TBI	Merk	TBI	
1	JNE	45,0 %	JNE	26,4 %	JNE	27, 3%	J&T	33, 4 o/	TOP
2	J&T	13,9 %	J&T	20,3 %	J&T	21,3 %	JNE	28, 0 o/	TOP
3	<b>TIKI</b>	<b>13,5 %</b>	<b>TIKI</b>	<b>13,5%</b>	<b>TIKI</b>	<b>10,8 %</b>	<b>TIKI</b>	<b>11, 2 o/</b>	<b>TOP</b>
4	POS	11,6 %	POS	5,4 %	POS	7,7 %	POS	8, 5 %	-
5	DHL	3, 5 %	DHL	3.8 %	DHL	4,1 %	DHL	6, 0 %	-

Sumber : [https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi\\_find=TIKI](https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=TIKI)

Terlihat dari Tabel bahwa ada 3 perusahaan yang menjadi top brand di kategori layanan ekspres dari tahun 2018 hingga 2021 yaitu salah satunya Tiki. Tiki selalu menduduki top three setiap tahunnya dari tahun 2018 - 2021 dan Tiki memiliki keunggulan yang lebih dari ekspedisi yg lain. Top Brand Index (TBI) merupakan suatu penghargaan yang diberikan kepada merek-merek terbaik berdasarkan riset terhadap konsumen Indonesia. Top Brand Index sendiri merupakan barometer untuk pengukuran kesuksesan sebuah merek produk dipasar dan merek yang memperoleh Top Brand Index min 10% dan menurut hasil survey berada di di posisi top there maka merek tersebut akan menyandang predikat merek Top Brand award. Dengan semakin ketatnya persaingan dalam dunia bisnis, perusahaan didorong untuk mempertimbangkan merumuskan atau mempertimbangkan strategi yang tepat dan cara memenangkan persaingan, salah satunya dengan menjalin hubungan yang paling dekat antara perusahaan dan pelanggan dengan menyediakan sistem pelayanan yang cepat. Dan manajemen yang tepat.

Kualitas layanan mendorong pelanggan untuk mengabdikan diri pada produk atau layanan perusahaan sehingga berdampak pada peningkatan pangsa pasar. TIKI perusahaan yang unik dari perusahaan lainnya pengiriman barang dengan cargo maka harga lebih murah, TIKI memberikan benefit – benefit yang menguntungkan bagi

membership TIKI atau pelanggan setia TIKI, TIKI memiliki layanan jemput antar (PUTAR) layanan berbasis aplikasi untuk memudahkan dalam mengirim paket dengan waktu antaran maksimal 3 jam.

Perkembangan pesat Jasa Ekspedisi TIKI juga dirasakan di Kota Bandar Lampung, hal itu dibuktikan dengan penjelasan dari manajer TIKI, beliau menjelaskan bahwa pada Tiki Cabang Bandar Lampung terdapat banyak gerai atau agen di setiap penjuru daerah lampung dengan terdapat banyak agen maka Tiki memiliki jangkauan yang luas sehingga mudah ditemukan konsumen

TIKI Bandar Lampung dengan sejumlah kantor cabang Pembantu telah berusaha memenuhi semua Faktor atau unsur unsur yang menjadi pertimbangan para pelanggan namun perusahaan belum mengetahui bagaimana penilaian para pelanggan terhadap TIKI. Dengan fenomena tersebut penulis berusaha untuk mengetahui tentang tanggapan para pelanggan terhadap terhadap kualitas pelayanan TIKI Bandar Lampung. Dari tanggapan tersebut dapat diketahui kelebihan dan kekurangan TIKI bandar Lampung sehingga dapat di evaluasi apakah strategi pemasaran yang selama ini di terapkan oleh TIKI Bandar Lampung sudah sesuai atau perlu dilakukan perubahan sehingga dicapai target yang diharapkan. Untuk mengetahui sejauh mana kemampuan TIKI memberikan kepuasan melalui pelayanannya, diperlukan penelitian. Informasi dari hasil penelitian tersebut bertujuan mengetahui sikap dan perilaku para konsumen terhadap hal apa yang membuat konsumen merasa puas.

Berdasarkan hasil Pra survey yang dilakukan penulis dengan melakukan wawancara menyebar google form ke 30 Responden. Pertayaaan pertama penampilan dan kebersihan ruangan TIKI ada 16 konsumen memilih sangat puas, 14 konsumen memilih cukup puas. Pertanyaan kedua ketepatan dan kecepatan pengiriman barang di TIKI ada 17 konsumen memilih tidak puas, 10 konsumen cukup puas, dan 3 konsumen sangat puas. Pertanyaan ketiga pelayanan keluhan dan permintaan karyawan terhadap konsumen di TIKI ada 17 konsumen memilih tidak puas, 10

konsumen cukup puas dan 3 konsumen sangat puas. Pertanyaan keempat jaminan konsumen bila terjadi kesalahan kinerja karyawan ada 1 orang milih tidak puas, 26 konsumen memilih cukup puas, dan 3 konsumen sangat puas. Pertanyaan kelima keramahan pelayanan terhadap seluruh kalangan konsumen ada 1 konsumen memilih tidak puas, 16 konsumen memilih cukup puas dan 13 konsumen memilih sangat puas. Tiki kini menjadi perusahaan kurir dan logistic terbesar yang didukung secara online yang tersebar luas di Indonesia, melayani pengiriman express, Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh banyak hal, salah satunya adalah kualitas pelayanan jika kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusaan TIKI bisa dirasakan dengan baik oleh konsumen maka konsumen akan merasa puas.



*Sumber : Data yang diolah Tahun 2021*

**Gambar1. 1 Grafik Jumlah transaksi TIKI pusat di Bandar Lampung**

Berdasarkan grafik 1.2 diatas dapat dilihat bahwa data pengguna jasa ekspedisi Tiki di bandar lampung mengalami penurunan. Pada tahun 2019 jumlah Transaksi sebesar 24.465, pada tahun 2020 jumlah Transaksi mengalami penurunan sebesar 21.558 dan pada tahun 2021 jumlah Transaksi mengalami penurunan sebesar 18.451. penurunan jumlah pengguna jasa pengiriman barang di Tiki menjadi fenomena yang cukup

menarik untuk diteliti. pelayanan yang baik sangat diutamakan agar konsumen merasa senang dan puas jika konsumen merasa puas maka mereka akan kembali atau mengulang untuk mengirim barang dikemudian hari sehingga hal tersebut membuat dampak positif dan image yang bagus terhadap perusahaan Tiki.

Menurut Tjiptono (2015:146) kepuasan.pelanggan adalah perasaan senang dan kecewa seseorang.yang muncul setelah.membandingkan antara persepsi terhadap kinerja.suatu produk dengan harapan harapannya. Adanya kepuasan pada konsumen yang akan menimbulkan kepercayaan karena adanya kondisi konsistensi merek dalam memenuhi harapn konsumen. Konsumen ymerasa puas cenderung akan membeli ulang produk yang sama.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, dengan menyadari peran penting perusahaan jasa pengiriman saat ini dan maraknya bisnis online yang mengandalkan perusahaan jasa pengiriman serta pentingnya mempertahankan pelanggan. Karena masalah komitmen dalam perjanjian pengiriman terkadang tidak tepat. Menghadapi masalah ini, perusahaan menyadari pentingnya kualitas layanan bagi kelangsungan hidup perusahaan.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam industri pengiriman barang dan bagaimana meningkatkan kepuasan konsumen jasa pengiriman TIKI. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat bandar lampung dengan sasaran responden yang telah menggunakan jasa TIKI. Penulis memiliki anggapan awal bahwa hal tersebut bisa terjadi karena tidak terlepas kepuasan konsumen terhadap jasa ekspedisi Tiki daripada jasa lainya dan hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen tersebut adalah variabel kualitas pelayanan yang diberikan TIKI.

Penulis ingin menguji apakah ada atau tidak pengaruh pada Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan. Hal tersebut yang melatarbelakangi penulis untuk

melakukan penelitian yang berjudul “**Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Jasa Ekspedisi Tiki Di Bandar Lampung**”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana hasil analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan Jasa Ekspedisi TIKI di Bandar Lampung.

## **1.3 Ruang Lingkup Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka ruang lingkup dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### **1.3.1 Ruang Lingkup Subjek Penelitian**

Subjek dalam penelitian ini adalah masyarakat di Bandar Lampung.

### **1.3.2 Ruang Lingkup objek penelitian**

Objek dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan di TIKI

### **1.3.3 Ruang Lingkup Tempat Penelitian**

Ruang lingkup Tempat pada penelitian ini adalah TIKI di Bandar Lampung

### **1.3.4 Ruang Lingkup Waktu Penelitian**

Waktu yang ditentukan pada penelitian ini berdasarkan kebutuhan peneliti yang direncanakan mulai bulan nopember 2021 sampai dengan januari 2022.

### **1.3.5 Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah manajemen pemasaran khususnya yang meliputi tentang kualitas pelayanan

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan pada penelitian ini adalah Untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada jasa Ekspedisi TIKI di Bandar Lampung

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Ada beberapa manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini sebagai berikut:

### **1. Manfaat Bagi Penulis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan wawasan dan pengetahuan khususnya bagi penulis pribadi, dibidang manajemen pemasaran sehingga dapat mengetahui seberapa besar pengaruh brand image dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian jasa Tiki

## 2. Manfaat bagi Instititusi IIB Darmajaya

Hasil penelitian ini dipergunakan sebagai bahan acuan dalam penelitian selanjutnya, dan menambah referensi perpustakaan kampus untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

## 3. Manfaat bagi perusahaan

Dari hasil penelitian akademik, diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan yang positif untuk perusahaan, dalam usaha peningkatan penjualan.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

### **BAB I Pendahuluan**

Bab ini secara garis besar menguraikan tentang latar belakang masalah penelitian, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan tentang Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen jasa ekspedisi Tiki Bandar Lampung.

### **BAB II Landasan Teori**

Bab ini penulis, menguraikan teori-teori yang digunakan sebagai tinjauan/landasan dalam menganalisis masalah pokok yang telah dikemukakan, kerangka pikir dan hipotesis yang meliputi manajemen pemasaran, dan kualitas pelayanan

### **BAB III Metodologi Penelitian**

Bab ini penulis, menguraikan metode penelitian yang terdiri dari objek penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, yang digunakan dalam menjawab dan menyelesaikann permasalahan yang dinyatakan dalam rumusan masalah sehingga tujuan penelitian dapat tercapai.

#### **BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Bab ini penulis, menguraikan tentang deskriptif objek penelitian, analisis data dan hasil serta pembahasan mengenai Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen jasa Tiki di Bandar Lampung.

#### **BAB V Simpulan dan Saran**

Bab ini menjelaskan tentang simpulan dan saran-saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

#### **Daftar Putaka**

Bagian berisikan daftar buku-buku, jurnal ilmiah dan hasil penelitian yang dibuat oleh pihak lain dan bahan-bahan yang dijadikan referensi dalam penelitian skripsi.

#### **Lampiran**

Bagian ini berisikan daftar pertanyaan, jawaban kuesioner dan hasil output dari penelitian dan lampiran – lampiran pendukung lainnya.