

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Keberadaan penyedia jasa pengiriman barang memiliki peran yang strategis untuk meningkatkan kinerja arus barang dari dan ke suatu wilayah. Peran utama dari penyedia jasa pengiriman barang adalah sebagai sarana transportasi barang dari tempat asal pengiriman menuju tempat tujuan. Peran sebagai sarana transportasi barang ini meliputi pelayanan dalam penyediaan akses transportasi barang baik dalam jarak dekat (dalam kota) maupun jarak jauh (luar kota). Kualitas dari pelayanan jasa pengiriman barang yang diberikan sangat erat kaitannya dengan kepuasan yang dirasakan pelanggan. Semakin baik kualitas jasa pelayanan pengiriman barang maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan pelanggan. Tingginya kepuasan yang dirasakan pelanggan akan memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan.

Saat ini bisnis penyedia jasa pengiriman barang telah mengalami perubahan karena perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi. Perubahan ini akan menimbulkan memunculkan *Electronic Commerce* (E-Commerce) yang menyajikan bisnis baru dalam dunia pengiriman barang. E-commerce merupakan salah satu jasa pelayanan pengiriman barang yang memungkinkan customer memperoleh informasi dan memesan pelayanan melalui jaringan internet. E-commerce telah membuka paradigma, struktur dan strategi yang baru bagi pemberi layanan jasa dalam menghadapi kesempatan dan tantangan yang baru.

Salah satu tantangan yang dihadapi persaingan antar penyedia jasa pengiriman barang yang semakin ketat akibat munculnya E-commerce seiring dengan bertambahnya penyedia jasa pengiriman barang yang baru. Sehingga dalam menghadapi persaingan bisnis, perusahaan harus lebih kompetitif dan memberikan pelayanan jasa dengan kualitas yang terbaik, yang diperlukan untuk mencapai kepuasan pelanggan yang merupakan faktor penting demi terciptanya loyalitas. Di sisi lain, pengguna jasa yaitu pelanggan sebagai konsumen beralih menjadi pengguna jasa yang berbasis pengetahuan, yang menjadikan konsumen

semakin kritis sehingga memunculkan semakin tingginya tuntutan untuk mendapatkan jasa yang berkualitas. Hal ini menuntut agar pelayanan oleh pihak pengelola industri jasa pengiriman barang memiliki kualitas terbaik guna mempertahankan minat beli konsumen terutama dalam E-commerce.

J&T Express merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam pelayanan jasa pengiriman barang yang juga memanfaatkan teknologi E-commerce yaitu melalui pelayanan order via website, hotline dan app. J&T Express setiap hari melayani rata-rata 75 orang setiap hari, adapun estimasi waktu pengiriman dalam satu provinsi adalah 1 hari, sedangkan estimasi waktu pengiriman luar provinsi adalah 2-3 hari.

Berdasarkan hasil wawancara karyawan dan konsumen karyawan J&T Express didapatkan beberapa keluhan antara lain :

1. Area parkir yang kurang luas
2. Kurangnya fasilitas yang memadai (kursi)
3. Komplain paket telat diterima.

Dan lebih lengkapnya ada di lampiran, oleh karena itu diperlukan penelitian untuk mengidentifikasi kualitas jasa pelayanan J&T Express sehingga dapat memenangkan ketatnya persaingan antar perusahaan pengiriman barang dalam memperebutkan konsumen yang dihadapkan pada banyak pilihan yang ada. Sehingga penelitian untuk mengidentifikasi kualitas jasa pelayanan atau yang sering disebut SERVQUAL, yaitu dengan mengkaji penilaian dan harapan konsumen terhadap jasa yang telah diberikan sangat dibutuhkan oleh J&T Express dalam menghadapi persaingan dengan perusahaan lain.

Analisa mengenai tanggapan konsumen terhadap atribut-atribut kualitas pelayanan, dapat digunakan oleh perusahaan untuk menentukan aspek mana yang belum sesuai dengan harapan konsumen. Sehingga dengan demikian dapat diketahui posisi perusahaan di mata konsumen dan dapat ditentukan langkah yang harus dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan. Berdasarkan pengukuran kualitas pelayanan (SERVQUAL) pada J&T Express tersebut, didasari pada pemikiran bahwa konsumen dapat mengevaluasi kualitas pelayanan dengan cara membandingkan persepsi terhadap harapan konsumen pada jasa pengiriman barang yang diberikan oleh J&T Express. Berdasarkan permasalahan

tersebut, maka pada penelitian ini pengukuran kualitas jasa J&T Express menggunakan pendekatan *user based-approach* yaitu mengukur kualitas jasa secara kuantitatif dalam bentuk kuisioner dan menggunakan dimensi-dimensi kualitas jasa yang meliputi penampilan fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), kepastian (*assurance*), dan empati (*emphaty*).

Kelima dimensi tersebut merupakan suatu alat ukur terhadap kualitas pelayanan yang selanjutnya hasil pengukuran kesenjangan (*gap*) antara persepsi dan harapan pelanggan dievaluasi dengan metode *Quality Function Deployment* (QFD) untuk perencanaan dan pengembangan pelayanan yang terstruktur yang memungkinkan team pengembangan untuk menentukan keinginan dan kebutuhan pelanggan dengan jelas, dan kemudian mengevaluasi pelayanan dengan kemampuan secara sistematis dalam pemenuhan keinginan pelanggan tersebut.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dan judul di atas, maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi penampilan fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), kepastian (*assurance*), dan empati (*emphaty*) terhadap tingkat kepuasan konsumen perusahaan jasa pengiriman barang J&T Express?
2. Dimensi kualitas pelayanan apa yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa pengiriman barang J&T Express?
3. Apa rekomendasi yang dapat diusulkan untuk perbaikan pelayanan pada J&T Express berdasarkan hasil QFD?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen perusahaan jasa pengiriman barang J&T Express.

2. Untuk mengetahui dimensi kualitas pelayanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa pengiriman barang J&T Express.
3. Untuk mengetahui rekomendasi yang dapat diusulkan untuk perbaikan pelayanan pada J&T Express berdasarkan hasil QFD

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat baik bagi J&T Express, pelanggan atau konsumen, para pebisnis di bidang jasa pengiriman barang, serta bagi ilmu pengetahuan yang dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Bagi J&T Express, sebagai masukan untuk bahan acuan dalam penyusunan rencana jangka pendek dan jangka panjang perbaikan kualitas pelayanan jasa pengiriman barang di J&T Express.
2. Bagi pelanggan atau konsumen, sebagai acuan dalam pemilihan jasa pengiriman barang.
3. Bagi pebisnis di bidang jasa terminal peti kemas, sebagai bahan informasi mengenai kebutuhan dan harapan yang diinginkan pelanggan dalam pelayanan jasa pengiriman barang.
4. Sebagai wahana informasi bagi penelitian selanjutnya dalam menentukan dimensi-dimensi yang digunakan serta pengukuran dari kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman barang.

#### **1.5 Batasan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang diambil dalam penelitian ini, maka dalam pembahasan dan penyelesaian masalah perlu adanya batasan masalah sebagai berikut.

1. Lokasi penelitian atau wilayah studi dan pengambilan data hanya pada lingkup J&T Express Cabang Benowo-Surabaya.
2. Kepuasan yang dimaksud pada studi ini adalah mengenai kepuasan terhadap pelayanan pengiriman barang dan faktor-faktor yang

mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen J&T Express Cabang Benowo-Surabaya.

3. Responden adalah mereka yang menggunakan jasa pengiriman barang melalui J&T Express minimal sebanyak tiga kali dan pernah menggunakan dua penyedia jasa pengiriman barang lainnya.

### **1.6 Asumsi-asumsi**

Asumsi dalam penelitian ini untuk menghindari terjadinya kesimpangsiuran persepsi antara lain sebagai berikut.

1. Selama penelitian pelayanan berjalan normal artinya tidak terjadi perubahan alur proses selama dilakukan penelitian.
2. Pada proses pengambilan sampel digunakan tingkat kepercayaan sebesar 95% dan peluang kesalahan sebesar 5%.

### **1.7 Sistematika Penelitian**

Penyusunan pada penelitian ini disusun dalam 6 bab dengan sistematika sebagai berikut.

#### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Pada bab ini diuraikan tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan laporan skripsi.

#### **BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini dijelaskan mengenai pengertian dan teori-teori untuk mendukung hasil penelitian yang dilakukan, serta mendasari metode-metode yang dipakai dalam pemecahan permasalahan.

#### **BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN**

Metodologi penelitian menjelaskan urutan mengenai kerangka pemikiran penelitian dari awal hingga akhir berdasarkan teori-teori yang ada serta kenyataan

yang ada di lapangan, selanjutnya akan dilakukan analisa terhadap data untuk mendapatkan tujuan penelitian yang diinginkan.

#### **BAB 4 PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Pada bab ini berisi tentang data-data yang diperlukan dalam penelitian serta pengolahan data yang dilakukan sesuai dengan metodologi yang telah ditentukan.

#### **BAB 5 ANALISA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan tentang analisa dan pembahasan penulis terhadap hasil pengolahan data yang telah dilakukan.

#### **BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini akan memuat suatu kesimpulan hasil dari penelitian yang dimaksud serta memberikan saran untuk pengambilan langkah kebijakan lebihlanjut berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan.