

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi dan internet yang semakin pesat di era globalisasi ini, mendorong terjadinya perubahan kultur dalam kehidupan manusia. Saat ini internet tidak hanya digunakan oleh masyarakat untuk mempermudah komunikasi saja. Kemajuan teknologi internet saat ini juga dimanfaatkan oleh masyarakat untuk memajukan bisnis melalui transaksi jual beli secara online. Jual beli secara online saat ini sedang menjadi tren yang ada di masyarakat karena dianggap lebih praktis dan efisien serta mencakup wilayah yang lebih luas bahkan bisa menjangkau seluruh wilayah Indonesia.

Perkembangan transaksi jual beli melalui online tentu saja membuka peluang bagi bisnis logistik di Indonesia dalam hal ini adalah perusahaan jasa pengiriman atau kurir. Menurut Triyono Setyo (2012), saat ini bisnis jasa pengiriman barang dalam negeri berkembang cukup pesat. Perkembangan ini ditandai dari munculnya sejumlah perusahaan baru dalam beberapa tahun belakangan yang bergerak dalam bidang industri yang sama yaitu industri jasa pengiriman. Peningkatan tersebut sedikit banyak terjadi atas aktifitas pengiriman logistik seiring dengan berkembangnya dunia usaha dan juga pesatnya perkembangan bisnis *e-commerce* yang sangat berkaitan dengan industri jasa pengiriman. Adanya perkembangan permintaan pasar

terhadap permintaan jasa pengiriman, menjadi latar belakang semakin banyaknya pelaku usaha yang berkiprah dalam sektor yang bersangkutan dengan pengiriman. Arus bisnis di era teknologi informasi memungkinkan distribusi produk dari kota besar memasarkan ke kota kecil dan begitu pula sebaliknya.

Ketatnya persaingan dan semakin banyaknya perusahaan jasa pengiriman yang bermunculan membuat pihak pemilik atau pengelola harus dapat menciptakan strategi dan inovasi terbaru agar mampu bersaing dan lebih unggul dibanding para pesaingnya. Persaingan usaha dalam hal ini dapat diartikan sebagai usaha yang dilakukan oleh perusahaan guna mendapatkan dan mempertahankan konsumen. Perusahaan dituntut bekerja keras dengan menggunakan berbagai sumber daya yang dimiliki untuk dapat diterima pasar dan menjaga kepercayaan konsumen yang telah ada serta berusaha menarik minat konsumen potensial baru agar konsumen tidak meninggalkan pelaku usaha tersebut.

Ada begitu banyak perusahaan yang menyediakan berbagai jasa pengiriman seperti Pos Indonesia, TIKI, JNE, J&T, PAHALA Express dan ESL Express. Banyaknya perusahaan pengiriman, membuat para pelaku usaha tersebut semakin berlomba-lomba memberikan kualitas pelayanan yang terbaik untuk konsumennya. Perusahaan yang sudah lama berdiri dan memiliki konsumen seharusnya menjaga asetnya serta melakukan inovasi agar para konsumen tidak berpindah ke

perusahaan yang lain. Jika hal ini telah terpenuhi, pesaing akan sangat sulit untuk menyaingi atau merebut konsumen tersebut. Perusahaan berkewajiban memberikan pelayanan yang berkualitas dan memuaskan agar konsumen tidak berkurang atau bahkan hilang disebabkan oleh pelayanan yang tidak memuaskan.

Kepuasan konsumen terjadi saat kebutuhan dan keinginan yang terpenuhi. Jika kepuasan konsumen terpenuhi maka hubungan konsumen dengan perusahaan terjalin dengan baik dan memungkinkan untuk terciptanya loyalitas konsumen dan dapat mempromosikan perusahaan tersebut yang akan memberikan keuntungan bagi perusahaan. Perusahaan harus mengetahui kekurangan apa saja yang harus diperbaiki dan apa yang harus perusahaan tingkatkan agar mencapai kepuasan konsumen sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Perusahaan juga harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumennya agar dapat melakukan perbaikan dan inovasi yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen setelah bertransaksi.

PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) adalah salah satu perusahaan jasa pengiriman barang terbesar dan dengan jaringan terluas di Indonesia saat ini. Perusahaan tersebut didirikan oleh seorang pengusaha bernama Soeprpto Suparno pada tahun 1990. Hal ini tidak menutup kemungkinan PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) bersaing menjadi tuan rumah dalam wilayah domestik. JNE adalah

perusahaan jasa kurir yang bergerak dalam bidang pengiriman paket dan logistik dalam wilayah lokal maupun internasional yang didukung secara online. JNE memperluas pengembangan produk dan pelayanan yang diberikan, antara lain menyediakan jasa kurir ekspres domestik (*Diplomat*, *Super Speed/SS*, *YES/One Day Service*, *Regular*, *OKE*), logistik, distribusi, *money remittance* (transfer uang), *trucking air&sea cargo* (pengiriman barang melalui pesawat dimana bagasinya digunakan JNE), *escort* (jasa penjemputan bandara), hingga *customer clearance* (jasa kapabean).

Faktor utama yang membedakan untuk perusahaan jasa adalah kualitas layanan konsumen. Menurut Kottler (2005), pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Para konsumen semakin piawai dalam permintaan mereka dan semakin menuntut standar layanan yang lebih tinggi. Banyak perusahaan jasa besar telah terjaga dari kebutuhan untuk memperbaiki layanan konsumen guna bersaing dalam lingkungan jasa yang kompetitif ini. Perusahaan-perusahaan jasa kini menyadari pentingnya menjalin hubungan dengan konsumen mereka saat ini dan meningkatkan pemahaman mereka akan kebutuhan-kebutuhan para konsumen mereka. Untuk mewujudkannya, para pegawai harus dilatih sebaik mungkin guna memenuhi kebutuhan konsumen. Layanan memiliki keunggulan khusus, dimana kerap kali

ada kontak personal yang akrab antara penyedia jasa dan konsumen. Hal ini menghadirkan peluang untuk memberikan layanan konsumen yang unggul. Layanan konsumen sangat mempengaruhi persepsi para konsumen. Dengan demikian, layanan konsumen dapat dipakai perusahaan jasa untuk menciptakan konsumen.

Selain kualitas pelayanan yang baik, perusahaan dituntut untuk dapat menciptakan produk - produk yang diminati dan sesuai selera konsumen. Produk yang berkualitas dapat memberikan dampak positif baik bagi konsumen maupun bagi perusahaan, dimana konsumen mendapatkan tingkat kepuasan yang maksimal atas produk yang dibelinya dan perusahaan mengalami peningkatan dalam volume penjualan. Untuk memberikan kepuasan tersebut perusahaan harus dapat memberikan produk yang paling baik dengan harga yang sangat terjangkau melalui kualitas produk. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan meminimalkan atau meniadakan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan.

Hasil studi pendahuluan yang telah dilakukan oleh peneliti pada Maret 2018, studi pendahuluan ini dilakukan kepada mahasiswa/i semester 8 Program studi Ilmu Administrasi Niaga Universitas Respati Indonesia dimana peneliti melakukan wawancara 10 orang mahasiswa/i terkait dengan jasa pengiriman yang digunakan jika melakukan pengiriman barang, hasil menunjukkan bahwa 7 dari 10 orang memilih menggunakan jasa ekspedisi JNE. Adapun alasan

mereka lebih memilih JNE karena JNE memiliki cabang yang cukup banyak sehingga mudah ditemukan walaupun sebenarnya sering terjadi keterlambatan barang sampai kepada penerima.

Berdasarkan latar belakang itulah peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Gempol Bambu Apus Jakarta Timur”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Ketatnya persaingan antar perusahaan jasa pelayanan pengiriman.
2. Kepuasan konsumen PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) yang masih kurang optimal.
3. Masih adanya keluhan dari konsumen terkait pelaksanaan pengiriman paket JNE yang berakhir pada keterlambatan.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, pada penelitian ini masalah yang dibahas dibatasi pada kepuasan konsumen PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) kurang optimal.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah diatas, maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut:

- a. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
- b. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
- c. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen.

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Diketuinya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
2. Diketuinya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
3. Diketuinya pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen.

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang telah di rumuskan, maka diharapkan penelitian ini bermanfaat sebagai berikut ini:

a. Bagi PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Gempol

Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai salah satu dasar pertimbangan dalam menentukan langkah dan kebijakan perusahaan khususnya dalam penentuan strategi pemasaran yang berorientasi pada kepuasan konsumen.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan agar peneliti dapat mengetahui lebih mendalam manfaat dari kepuasan konsumen di dalam dunia bisnis untuk diterapkan kedepan.

c. Bagi Masyarakat Umum

Penelitian ini diharapkan dapat berdampak secara tidak langsung terhadap masyarakat umum terutama dalam hal peningkatan kepuasan konsumen.