

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Kegiatan pemasaran saat ini menjadi sangat penting bagi kesuksesan suatu perusahaan. Dilihat dari sudut pandang intern perusahaan, diperlukan strategi yang tepat guna memenangkan persaingan pasar. Maka dari itu diperlukan analisis perilaku konsumen untuk mengetahui seperti apa yang diinginkan oleh konsumen terhadap suatu produk (jasa) tertentu. Salah satu faktor yang menentukan puas tidaknya pelanggan yaitu dengan baik tidaknya pelayanan yang diberikan, dan salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan yaitu berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan, agar tujuan tersebut tercapai maka perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan pelanggan.

Analisis perilaku konsumen diperlukan sebagai acuan perusahaan. Perusahaan memberikan produk/jasa yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, dan karena keberhasilan perusahaan di bidang jasa khususnya pengiriman barang harus melakukan langkah-langkah dalam memberikan pelayanan semaksimal mungkin. PT.JNE Cabang Gorontalo sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa tentu tidak luput juga dalam persaingan. Dalam hal ini PT.JNE Cabang Gorontalo

berusaha menunjukkan kualitas pelayanan demi memuaskan pelangganya.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan (Atmawati dan Wahyuddin, 2007).

Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima atau diharapkan. Dalam era globalisasi saat ini, perusahaan akan selalu menyadari pentingnya faktor pelanggan. Dimana pelanggan merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas pelayanan karena pelanggan memegang peran cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan. Oleh karena itu, untuk mengukur tingkat kepuasan para pelanggan sangatlah perlu untuk dilaksanakan. Karena dari seluruh kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan, pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang mereka terima. Seperti yang dikemukakan oleh Tjiptono (2004), kepuasan pelanggan adalah "respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian

yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja antara produk atau jasa yang dirasakan setelah memakainya”.

Kepuasan pelanggan paling penting bagi pihak perusahaan, karena kepuasan pelanggan sangat mempengaruhi *income* suatu perusahaan. Jika pelanggan puas dengan layanan yang diberikan perusahaan maka pelanggan akan menjadi pelanggan tetap (loyal) terhadap perusahaan. Dengan pelanggan yang puas dan loyal maka akan mengakibatkan *income* pemasukan perusahaan tersebut akan meningkat, demikian sebaliknya. Baik perusahaan yang bergerak dalam bidang layanan atau jasa yang harus memperhatikan untuk memenuhi kualitas pelayanannya.

Pada perusahaan jasa tidak hanya menawarkan produk akan tetapi mereka pun menawarkan jasa, maka perusahaan jasa harus mengutamakan yang namanya kualitas, karena kualitas merupakan salah satu faktor yang menentukan pemilihan produk dan jasa bagi pelanggan. Kualitas jasa ini mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pemasar dapat meningkatkan kualitas jasa untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi (harapan) dengan kinerja (hasil) (Usman, 2003) penilaian akan kualitas layanan dikembangkan menurut Kotler dalam Alma (2007:286), mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap

proses, produk dan *service* yang dihasilkan perusahaan. Sedangkan menurut Tjiptono (2007), kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diukur dengan lima dimensi sesuai dengan urutan derajat kepentingan relatifnya (Tjiptono, 2007), yaitu keandalan, jaminan, bukti fisik, empati dan daya tanggap. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi.

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas merupakan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalani hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhannya. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan/loyalitas pelanggan. Dengan tercapainya kualitas layanan yang sempurna akan mendorong terciptanya kepuasan pelanggan karena kualitas pelayanan merupakan sarana untuk mewujudkan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat diwujudkan dengan memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan sebaik mungkin sesuai dengan apa yang menjadi harapan pelanggan, sehingga upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan untuk masing-masing

dimensi pelayanan harus tetap menjadi perhatian dari perusahaan pengiriman barang.

Hal ini sesuai dengan penjelasan Menurut Kotler dan Keller (2009:138-139) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Ketika pelanggan telah merasa puas maka akan terjalin hubungan harmonis antara produsen dan konsumen, menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan sebuah perusahaan.

Salah satu sektor perusahaan bergerak dibidang jasa atau perusahaan pengiriman barang di Gorontalo. terdapat beberapa perusahaan pengiriman barang, seperti JNE (Jalur Nugraha Ekakurir) cabang Gorontalo sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggannya. Keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa pengiriman barang terjadi apabila kualitas pelayanan pada perusahaan pengiriman barang tersebut sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan.

harapan pelanggan dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan pelayanan suatu perusahaan jasa, omongan orang

lain dan informasi iklan. JNE sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggannya. Terkait dengan penelitian ini formulasi dan implementasi pemasaran yang digunakan untuk meraih kepuasan pelanggan. Hal ini didasarkan hasil kajian Januar Efendi Panjaitan (2016) bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan. Sementara itu Arie Prasetyo (2012) mengemukakan pernyataan yang sama bahwa perusahaan jasa yang berkembang cenderung menggunakan kualitas pelayanan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. terkait dengan penelitian ini kajian dilakukan pada JNE di kota Gorontalo. Kajian ini relevan dilakukan mengingat pengguna pelayanan jasa yang masih tinggi. Berikut data dari JNE (Jalur Nugraha Ekakurir) yang menunjukkan penurunan jumlah pengguna pelayanan jasa pengiriman di kota Gorontalo.

**Tabel 1.1. Pengguna jasa pelayanan JNE(Jalur Nugraha Ekakurir)
di Kota Gorontalo**

Tahun	Jumlah barang masuk	Jumlah barang keluar
2014	382727	58530
2015	198406	57301
2016	83354	26044

Sumber data: *JNE (Jalur nugraha Ekakurir)Cabang Gorontalo*

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa penurunan pengiriman barang dari tahun 2014-2016. Pada tahun 2015-2016 yang

memakai jasa pengiriman barang menurun, hal ini disebabkan karena Pernah terjadi barang yang diterima pelanggan rusak atau tidak sesuai dengan kondisi pada saat dikirim, dan JNE pun pernah melakukan pengiriman barang dengan waktu yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan terutama pada saat hari-hari libur besar.

Dengan adanya permasalahan di atas, hal ini akan menyebabkan ketidakpuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan JNE. Apabila hal ini dibiarkan akan mengakibatkan kerugian yang cukup besar bagi pihak penyedia jasa pengiriman barang (JNE) kedepannya.

Sementara itu, temuan penelitian-penelitian terdahulu bahwa secara simultan dan parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 43% dan sisanya sebesar 57% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian tersebut. sehingga peneliti ini mengambil penelitian judul "***Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan***", studi kasus pada perusahaan JNE cabang Gorontalo.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti secara umum mengidentifikasi permasalahannya sebagai berikut :

1. Terdapat pengiriman barang yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan.

2. Adanya kerugian yang cukup besar bagi pihak penyedia jasa pengiriman barang yaitu JNE Cabang Gorontalo.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka permasalahan yang menarik untuk diteliti adalah :

Seberapa besar pengaruh tingkat kualitas pelayanan pelanggan studi kasus pada JNE Cabang Gorontalo.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, tujuan penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui pengaruh tingkat kualitas pelayanan pelanggan studi kasus pada JNE (Jalur Nugraha Ekakurir) cabang Gorontalo.

1.5 Manfaat penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan sebagai aplikasi ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan dan penerapan teori yang berkaitan dengan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan akan bermanfaat sebagai bahan referensi bagi pihak lainya, yang berkaitan dengan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan jasa.