

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan bisnis yang dinamis seiring dengan semakin meningkatnya permintaan masyarakat terhadap produk dan jasa untuk memenuhi segala kebutuhan. Demi menjaga kelangsungan usaha suatu perusahaan harus memberikan kepuasan bagi konsumennya. Perusahaan dapat menjadi pemenang bisnis apabila mampu mengambil banyak pelanggan. Perusahaan harus mengetahui hal-hal apa saja yang harus dianggap penting oleh konsumen dan perusahaan berusaha untuk meningkatkan kinerja sebaik mungkin, sehingga dapat memuaskan konsumen.

Perusahaan harus mampu bersaing untuk memenangkan persaingan, setiap perusahaan harus memperhatikan dan mempertimbangkan kepuasan konsumen. Masalah yang sering dihadapi oleh perusahaan adalah bahwa perusahaan belum tentu mampu memberikan kepuasan maksimal yang benar-benar diharapkan oleh konsumen. Banyak cara yang bisa dicapai oleh perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen, misalnya dengan memperhatikan faktor Kualitas Pelayanan. Perusahaan yang berkualitas tinggi akan memberi keuntungan dibandingkan dengan yang berkualitas rendah. Kepuasan konsumen menjadi perhatian yang utama bagi kebanyakan perusahaan.

Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil yang sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan pelanggan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen. Kepuasan atau ketidakpuasan terjadi ketika konsumen melakukan evaluasi atas harapan dengan kinerja atau hasil yang diterima.

Perusahaan harus mampu merebut hati pasar sasaran untuk mencapai volume penjualan tertentu agar tetap bertahan atau mengembangkan usahanya dalam industri yang sudah dipilihnya. Kondisi seperti ini kepuasan konsumen mempunyai peranan yang cukup penting bagi perusahaan. Karena secanggih atau sebagus apapun produk yang dihasilkan oleh perusahaan, jika konsumen tidak menyukainya, baik karena terlalu mahal atau terlalu rumit dalam penggunaannya, maka produk tersebut tidak ada artinya.

Meningkatkan kepuasan konsumen, akan meningkat pula kecenderungan konsumen untuk kembali membeli produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Kondisi ini akan berdampak pada performa bisnis perusahaan. Peningkatan jumlah konsumen menjadi asset yang sangat berharga bagi perusahaan dalam meningkatkan profitabilitas.

Dengan menyadari pentingnya peranan transportasi, maka lalu lintas dan angkutan jalan harus ditata dalam suatu sistem transportasi nasional secara terpadu dan mampu mewujudkan tersedianya jasa transportasi yang sesuai dengan tingkat kebutuhan lalu lintas dan pelayanan angkutan yang tertib, nyaman, cepat, teratur, lancar dan dengan biaya yang terjangkau oleh daya beli masyarakat.

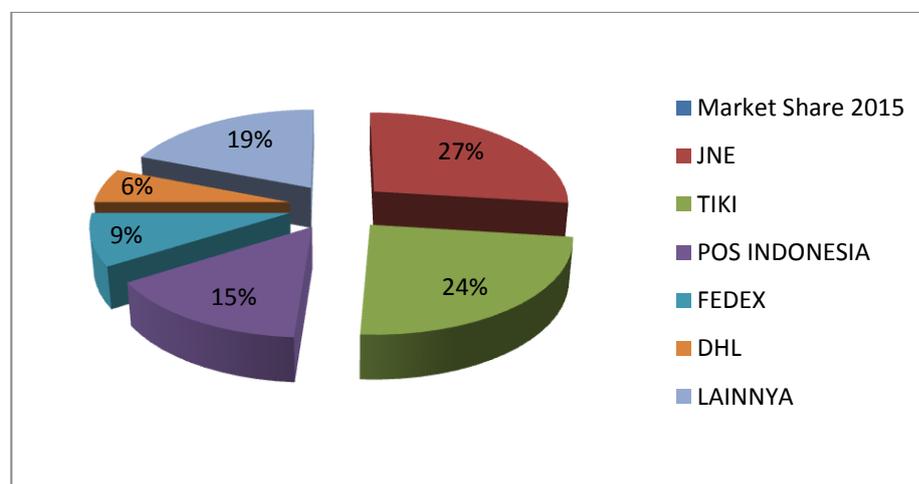
Untuk itu pemerintah telah mengeluarkan kebijakan di bidang transportasi darat yaitu dengan dikeluarkannya UU No. 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan. Dalam pasal 2 dan pasal 3 UU Lalu Lintas dan Angkutan Jalan (yang selanjutnya disingkat dengan UULLAJ) mengatur asas dan tujuan pengangkutan. Adapun Asas penyelenggaraan lalu lintas adalah diatur dalam Pasal 2 UULLAJ yakni Lalu Lintas dan Angkutan Jalan diselenggarakan dengan memperhatikan: asas transparan, asas akuntabel, asas berkelanjutan, asas partisipatif, asas bermanfaat, asas efisien dan efektif, asas seimbang, asas terpadu, dan asas mandiri. Sedangkan Pasal 3 UULLAJ menyebutkan mengenai tujuan dari Lalu Lintas dan Angkutan Jalan yakni : terwujudnya pelayanan Lalu Lintas dan Angkutan Jalan yang aman, selamat, tertib, lancar, dan terpadu dengan moda angkutan lain untuk mendorong perekonomian nasional, memajukan kesejahteraan umum, memperkuat persatuan dan kesatuan bangsa, serta mampu menjunjung tinggi martabat bangsa, terwujudnya, etika berlalu lintas dan budaya bangsa; dan terwujudnya penegakan hukum dan kepastian hukum bagi masyarakat.

Pentingnya peningkatan kepuasan konsumen juga berlaku pada jasa pengiriman. Perkembangan jasa pengiriman berakibat bertambahnya perusahaan-perusahaan baru yang masuk ke dalam bisnis jasa. Salah satu perusahaan yang bergerak dalam jasa pengiriman ini adalah PT. JNE Agen Dipati Ukur Bandung yang merupakan perusahaan jasa pengiriman barang dan logistik yang tersebar luas di Indonesia, yang melayani pengiriman dalam bentuk paket, dokumen, kendaraan, dll. Banyak perusahaan-perusahaan jasa pengiriman yang memberikan

nilai dan kepuasan melalui jasa yang berkualitas dan harga yang bersaing. Memberikan kepuasan kepada konsumen adalah faktor penting, dimana konsumen semakin bersifat kritis dalam memilih perusahaan jasa pengiriman mana yang akan digunakan.

PT. JNE sebagai salah satu perusahaan jasa pengiriman barang dan logistik di Indonesia harus mampu memberikan atau menyediakan pelayanan sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan diharapkan oleh pelanggan, sehingga mampu menghadapi persaingan dengan perusahaan lainnya. Perusahaan pesaing yang dimaksud adalah TIKI, Pos Indonesia, FeDex, DHL, dll.

Penulis menemukan fenomena yang terjadi, hal itu bisa dilihat dari data perbandingan *Market Share* industry jasa kurir di Indonesia tahun 2015 dilihat dari gambar 1.1.



Sumber:<http://www.bataviase.co.id/node/686690>

Gambar 1.1.

Perbandingan *Market Share* industri jasa kurir di Indonesia tahun 2015

Dari gambar di atas terlihat bahwa pada tahun 2015 JNE unggul di atas TIKI. Berdasarkan sumber yang saya dapat JNE mendapat 27% kemudian TIKI

sebesar 24% diikuti Pos Indonesia 15% selanjutnya FEDEX sebesar 9% kemudian DHL sebesar 6% dan lain-lain yaitu industry jasa kurir lainnya sebesar 19%. Berdasarkan data dan penjelasan di atas bahwa JNE dan TIKI bersaing dalam merebut pangsa pasar terlihat dari perbandingan persentasi yang tidak begitu terlampau jauh. Tidak menutup kemungkinan TIKI bisa merebut pangsa pasar JNE apabila JNE tidak memberikan kepuasan konsumen secara baik.

Informasi kepuasan sangat penting sebagai bahan evaluasi untuk menjadikan tempat pengiriman barang lebih baik lagi, berikut adalah data jumlah pembelian pengunjung dapat dilihat dari table 1.1.

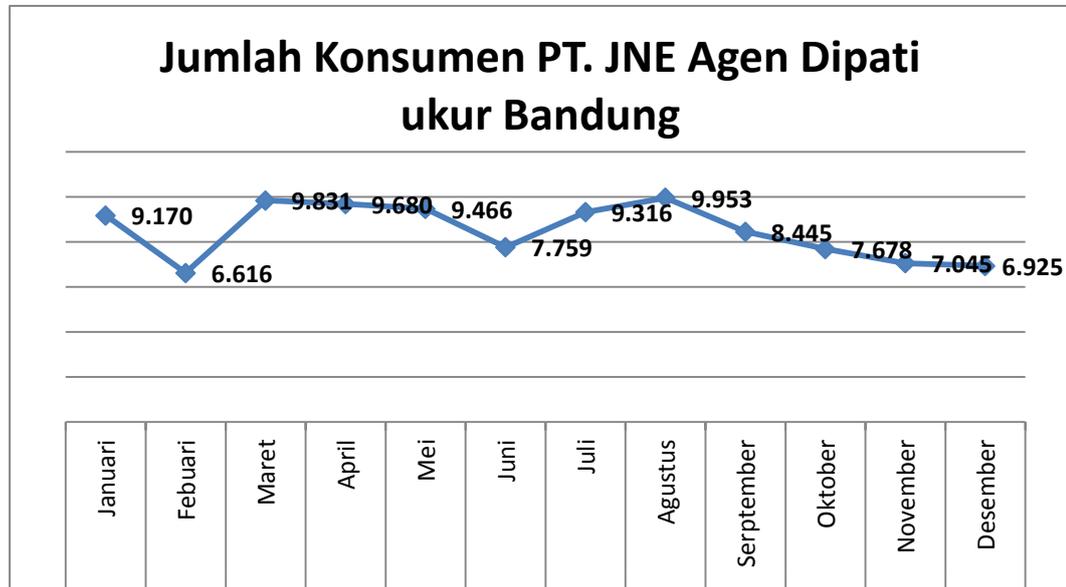
Tabel 1.1
Data Konsumen PT. JNE Agen Dipati ukur Bandung (2015)

| No | Bulan | Jumlah Konsumen PT. JNE Agen Dipati ukur Bandung |
|----|------------|---|
| 1 | Januari | 9.170 |
| 2 | Febuari | 6.616 |
| 3 | Maret | 9.831 |
| 4 | April | 9.680 |
| 5 | Mei | 9.466 |
| 6 | Juni | 7.759 |
| 7 | Juli | 9.316 |
| 8 | Agustus | 9.953 |
| 9 | Serptember | 8.445 |
| 10 | Oktober | 7.678 |

| No | Bulan | Jumlah Konsumen PT. JNE Agen Dipati ukur Bandung |
|----|----------|---|
| 11 | November | 7.045 |
| 12 | Desember | 6.925 |

Sumber : PT. JNE Dipati ukur Bandung

Tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa tamu atau pengunjung yang datang ke PT. JNE Agen Dipati ukur Bandung lebih dari 7 ribu pengunjung tiap bulannya. Walaupun pengunjung dari PT. JNE lebih dari 7 ribu tiap bulannya, tetapi selalu ada kenaikan dan penurunan pengunjung tiap bulannya. Dapat dilihat dari table 1.2 di atas, pengunjung yang datang pada bulan Januari 2015 jumlah pengunjung sebanyak 9.170 namun mengalami penurunan pada bulan Febuari sebanyak 6.616 dan mengalami kenaikan kembali pada bulan Maret sebanyak 9.831 kemudian mengalami penurunan pada bulan April sebanyak 9.680 lalu mengalami kenaikan pada bulan Mei sebanyak 9.466 kemudian mengalami penurunan kembali pada bulan juni sebesar 7.756 lalu mengalami kenaikan pada bulan Juli sebanyak 9.316 kemudian mengalami kenaikan kembali pada bulan Agustus sebanyak 9.953 selanjutnya mengalami penurunan pada bulan September sebanyak 8.445 lalu mengalami penurunan pada bulan November sebanyak 7.045 dan pada bulan Desember mengalami penurunan sebanyak 6.925 pengunjung. Agar lebih mudah melihat kenaikan dan penurunan jumlah pengunjung di PT. JNE Dipati ukur Bandung, maka keseluruhan data jumlah pengunjung tersebut digambarkan pada Gambar 1.2



Sumber : PT. JNE Agen Dipatiukur

Gambar 1.2

Data Konsumen PT. JNE Agen Dipati ukur Bandung (2015)

Gambar 1.2. diatas menunjukkan bahwa telah terjadi Fluktuatif jumlah pengunjung secara keseluruhan sepanjang bulan Januari sampai dengan Desember 2015. Dengan jumlah tinggi berapa pada bulan Agustus 2015 sebanyak 9.953 pengunjung dan terendah pada bulan Febuari 2015 sebanyak 6.616 pengunjung. Penurunan jumlah pengunjung di PT. JNE Agen Dipati ukur Bandung terjadi karena adanya masalah, di duga kenaikan dan penurunan ini disebabkan salah satunya merasa tidak puas atas Kualitas pelayanan dan harga yang ditawarkan di PT. JNE Agen dipati ukur Bandung. Maka dari itu peneliti akan mencari factor apa yang mengakibatkan penurunan.

Tabel 1.2
Hasil Survey Pendahuluan Mengenai Kepuasan

| No | Variabel | Pertanyaan | Jawaban | | | | |
|----|----------|--|---------|-----|------------|------------|-----|
| | | | SS | S | KS | TS | STS |
| 1 | Kepuasan | Karyawan selalu cepat dan tanggap ketika anda mengalami masalah | 3% | 10% | 57% | 24% | 6% |
| 2 | | Apakah PT. JNE Agen Dipatiukur memenuhi semua apa yang anda harapkan | - | 27% | 50% | 23% | - |
| 3 | | Anda merasa puas dengan keramahan yang dimiliki karyawan PT. JNE Agen Dipatiukur | - | 30% | 27% | 40% | 3% |
| 4 | | Anda puas dengan harga yang diberikan PT. JNE Agen Dipatiukur | 6% | 10% | 44% | 30% | 10% |
| 5 | | Anda puas dengan fasilitas diberikan PT. JNE Agen Dipatiukur | 3% | 10% | 17% | 60% | 10% |
| 6 | | PT. JNE Agen Dipatiukur memberikan perhatian terhadap kebutuhan konsumen | 3% | 20% | 40% | 27% | 10% |

Sumber : Hasil Kuesioner Pra Penelitian (2016)

Tabel 1.3. menunjukkan bahwa 40% responden menyatakan merasa tidak puas dengan keramahan yang dimiliki karyawan PT. JNE Agen Dipatiukur dan 60% tidak puas dengan fasilitas diberikan PT. JNE Agen Dipatiukur. Sehingga ini menjadi suatu permasalahan yang melatar belakangi peneliti dalam melakukan penelitian.

Tabel 1.3
Hasil Survey Pendahuluan

| No | Variabel | Pertanyaan | Jawaban | | | | |
|----|----------|---|---------|------------|------------|------------|-----|
| | | | SS | S | KS | TS | STS |
| 1 | Produk | Pelayanan yang dilakukan oleh PT. JNE Agen Dipatiukur memiliki kualitas yang baik | 10% | 63% | 20% | 7% | - |
| | | Pelayanan administrasi di PT. JNE Agen Dipatiukur memiliki kualitas yang baik | 3% | 47% | 20% | 27% | 3% |
| | | Produk yang ditawarkan bervariasi / bermacam-macam | - | 17% | 40% | 33% | 10% |
| | | Karyawan peduli akan kebutuhan konsumen | - | 17% | 50% | 20% | 13% |
| 2 | Harga | Harga yang ditawarkan PT. JNE Agen Dipatiukur lebih murah dari pada yang lainnya | - | 20% | 33% | 33% | 14% |
| | | Apakah harga sudah terjangkau | - | 13% | 33% | 47% | 7% |
| | | Harga sesuai dengan kualitas pelayanan | - | 7% | 30% | 53% | 10% |
| | | Harga menarik minat untuk datang | 3% | 24% | 40% | 33% | - |
| 3 | Promosi | Anda memperoleh informasi tentang PT. JNE Agen Dipatiukur dari orang lain | 20% | 33% | 33% | 20% | - |
| | | Iklan mengenai PT. JNE Agen Dipatiukur menarik perhatian anda | 7% | 47% | 33% | 13% | |
| | | Iklan yang disampaikan sesuai dengan harapan anda | 10% | 53% | 30% | 7% | - |
| | | Iklan yang disampaikan sesuai dengan kondisi PT. JNE | - | 24% | 40% | 33% | 3% |

| No | Variabel | Pertanyaan | Jawaban | | | | |
|----|------------------|--|---------|------------|------------|------------|-----|
| | | | SS | S | KS | TS | STS |
| 4 | Tempat | Lokasi PT. JNE Agen Dipatiukur strategis | 30% | 47% | 7% | 16% | - |
| | | PT. JNE Agen Dipatiukur memilik tempat yang cukup luas | - | - | 50% | 40% | 10% |
| | | Kondisi ruangan sudah nyaman | 3% | 23% | 44% | 34% | 13% |
| | | Kondisi wc, parkir dan fasilitas umum lainnya sudah nyaman | - | 3% | 13% | 47% | 37% |
| 5 | SDM/ Karyawan | Karyawan sesuai dengan kapasitasnya | - | 30% | 57% | 13% | - |
| | | Karyawan melayani konsumen dengan ramah | 3% | 3% | 34% | 47% | 13% |
| | | Karyawan dapat menjelaskan keterangan dengan baik | 3% | 10% | 33% | 17% | - |
| | | Karyawan menanggapi keluhan konsumen dengan baik | 3% | 13% | 34% | 53% | 3% |
| 6 | Proses | Karyawan memberi pelayanan dengan cepat | 3% | 13% | 37% | 40% | 7% |
| | | Proses pelayanan di PT. JNE Agen Dipatiukur sudah baik | | 47% | 47% | 6% | - |
| | | Layanan tepat waktu sesuai dengan yang dijanjikan | 3% | 10% | 50% | 34% | 3% |
| | | Karyawan tidak membuat kesalahan dalam pelayanan | - | 10% | 53% | 34% | 3% |
| 7 | Bukti Fisik | Karyawan berpenampilan rapi | 13% | 40% | 30% | 13% | 4% |
| | | Anda nyaman ketika berada di PT. JNE Agen Dipatiukur | 10% | 17% | 40% | 27% | 6% |
| | | Kebersihan dilingkungan PT. JNE Agen Dipatiukur cukup bersih | 6% | 30% | 24% | 37% | 3% |
| | | Menyediakan fasilitas pendukung yang menyenangkan | 7% | 23% | 20% | 37% | 13% |

Sumber : Hasil Kuesioner Pra Penelitian (2016)

Tabel 1.3 menunjukkan bahwa, sekitar 33% harga lebih mahal dari kompetitor yang lainnya dan 47% responden menyatakan harga yang diberikan tidak terjangkau. Kemudian 53% harga tidak sesuai dengan kualitas pelayanan yang ditawarkan dan sekitar 40% responden harga tidak mampu menarik minat untuk datang kembali. Dalam pelayanan PT. JNE Agen Dipatiukur 47% responden menyatakan tidak cukup luas. Kemudian 57% karyawan tidak sesuai dengan kapasitasnya dan 53% karyawan tidak menanggapi keluhan konsumen dengan baik. Kemudian 40% pelayanan yang diberikan tidak cepat, sekitar 50% pelayanan pengiriman tidak sesuai dengan yang sudah dijanjikan dan 53% karyawan masih ada membuat kesalahan dalam pelayanan. Lalu 40% karyawan sudah berpenampilan rapih tetapi sekitar 40% tidak nyaman berada di PT. JNE Agen Dipatiukur. Kemudian 37% kebersihannya masih kurang bersih dan 37% fasilitas pendukung lainnya kurang menyenangkan, sehingga ini menjadi suatu permasalahan yang melatar belakangi peneliti dalam melakukan penelitian.

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang dipersiapkan dengan tingkat pelayan yang diharapkan. Kualitas pelayan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan. Kurang baiknya kualitas pelayanan akan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen, jika kepuasan tersebut terjadi konsumen tersebut dapat mengubah sikapnya dengan kecenderungan beralih menggunakan produk atau jasa dari pesaing lainnya.

Harga adalah sejumlah nilai konsumen yang dipertukarkan untuk memiliki atau menggunakan suatu produk baik barang ataupun jasa. Harga semata-mata tergantung pada kebijakan perusahaan, tetapi tentu saja dengan mempertimbangkan berbagai hal. Dalam hal ini perusahaan perlu memonitor harga yang ditetapkan oleh para pesaing agar harga yang ditetapkan perusahaan tidak terlalu tinggi atau sebaliknya, sehingga perusahaan mampu menciptakan kepuasan melalui harga yang bersaing sesuai dengan harapan konsumen.

Faktor harga dan emosi juga mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Konsumen akan merasa puas (bangga) atas jasa yang ditawarkan perusahaan, karena adanya faktor emosional *value* yang diberikan oleh *brand* dari produk jasa tersebut.

Faktor biaya dan kemudahan untuk memperoleh produk jasa juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Konsumen akan merasa puas apabila relative murah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk maupun pelayanan dari pihak perusahaan.

Perusahaan yang terpenting adalah bagaimana memahami dan memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen, sehingga pihak perusahaan dapat mengembangkan produk atau jasa, harga, distribusi, proses pelayanan dan penyediaan sarana fisik perusahaan yang dapat memperluas pangsa pasar untuk mempertahankan konsumen yang ada dan perlu adanya komitmen yang tinggi baik menyangkut dana maupun sumber daya manusia dan dukungan teknologi yang canggih agar kualitas produk dan jasa benar-benar sesuai dengan harapan mereka sehingga dapat terciptanya suatu kepuasan konsumen.

Melihat kenyataan bahwa kualitas pelayanan dan harga diberikan begitu penting bagi terciptanya kepuasan konsumen. Oleh sebab itu diperlukan upaya-upaya bagi perusahaan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan dan kebijakan harga yang diberikan dibandingkan dengan pesaing lain, agar konsumen puas dan tertarik terhadap jasa ekspedisi pengiriman barang dan logistik

Berdasarkan uraian di atas, maka menjadi suatu pertimbangan bagi penulis untuk membahas penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. JNE Agen Dipati ukur Bandung”**

1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah Penelitian

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang diatas maka identifikasi masalah pada penelitian ini adalah :

1. Meningkatnya permintaan masyarakat terhadap produk dan jasa.
2. Market Share di tahun 2015 JNE unggul di atas TIKI
3. Mengalami penurunan jumlah konsumen pada 5 bulan terakhir
4. Pelayanan karyawan PT. JNE Agen Dipatiukur kurang cepat
5. Konsumen tidak merasa puas dengan keramahan yang dimiliki karyawan PT. JNE Agen Dipatiukur
6. Kualitas pelayanan di PT. JNE Agen Dipatiukur yang masih kurang baik
7. Harga yang ditawarkan lebih mahal disbanding pesaing lain

8. Konsumen tidak puas dengan fasilitas di PT. JNE Agen Dipatiukur yang kurang lengkap

1.2.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan konsumen tentang kualitas pelayanan di PT. JNE Agen Dipati ukur Bandung.
2. Bagaimana tanggapan konsumen tentang harga di PT. JNE Agen Dipati ukur Bandung.
3. Bagaimana tanggapan konsumen tentang kepuasan konsumen di PT. JNE Agen Dipati ukur Bandung.
4. Seberapa besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen di PT. JNE Agen Dipati ukur Bandung baik secara simultan maupun parsial.

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan mengkaji :

1. Bagaimana tanggapan konsumen tentang kualitas pelayanan di PT. JNE Agen Dipati ukur Bandung.
2. Bagaimana tanggapan konsumen tentang harga di PT. JNE Agen Dipati ukur Bandung.

3. Bagaimana tanggapan konsumen tentang kepuasan konsumen di PT. JNE Agen Dipati ukur Bandung.
4. Seberapa besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen di PT. JNE Agen Dipati ukur Bandung baik secara simultan maupun parsial.

1.4. Kegunaan Penelitian

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberikan hasil yang bermanfaat, sejalan dengan penelitian diatas. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara akademis maupun praktis.

1.4.1. Kegunaan Secara Akademis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis serta menambah ilmu yang telah didapatkan pada perkuliahan.
2. Penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar studi perbandingan dan referensi bagi penelitian lain yang sejenis.

1.4.2. Kegunaan Secara Praktis

1. Bagi Penulis
 - a. Dengan penelitian ini saya lebih mengetahui kualitas pelayanan dan harga yang ada di PT. JNE Bandung.

- b. Dengan penelitian ini saya lebih mengetahui harapan keinginan konsumen untuk mencapai suatu kepuasan.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat menambah masukan dan pengalaman penulis dalam mengaplikasikan atau mempraktekan ilmu yang telah didapatnya.

2. Bagi PT. JNE Bandung

Penelitian ini akan menjadi suatu kesimpulan dan saran-saran terhadap masalah yang dihadapi perusahaan sebagai suatu masukan bahan pertimbangan dalam kualitas pelayanan dan harga.

3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi untuk memperkaya cara berfikir dan sebagai bahan referensi tambahan untuk penelitian ilmiah yang akan dilakukan.